

**Die Selbsteinschätzung
der Rezipienten und die Kommunikationsdiskrepanz
als Determinanten des Einstellungswandels im
Massenkommunikationsprozeß**

von
Krista Stosberg
aus
Remscheid

1969

Digitized by the Internet Archive
in 2026

**Die Selbsteinschätzung
der Rezipienten und die Kommunikationsdiskrepanz
als Determinanten des Einstellungswandels im
Massenkommunikationsprozeß**

Inaugural - Dissertation

zur Erlangung des akademischen Grades
eines Doktors der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
(Dr. rer. pol.)
an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

vorgelegt

von

Diplom-Volkswirt Krista Stosberg

aus

Remscheid



Referent: Professor Dr. Karl Gustav Specht
Korreferent: Professor Dr. Franz Ronneberger
Tag der mündlichen Prüfung: 26.11.1969

INHALTSVERZEICHNIS

DIE SELBSTEINSCHÄTZUNG DER REZIPIENTEN UND DIE KOMMUNIKATIONSDISKREPANZ ALS DETERMINANTEN DES EINSTELLUNGSWANDELS IM MASSENKOMMUNIKATIONSPROZESS	Seite
--	-------

Vorwort

1 Einleitung	1
11 Bemerkungen zur neueren Wirkungsforschung	1
12 Problemstellung	6
2 Die Bedeutung der Kenntnis von den Bedingungen des Einstellungswandels für die Erklärung der Wirkungen der Massenkommunikation	11
21 Vorbemerkung	11
22 Der Einstellungsbegriff	11
221 Beispiele für die Erfassung des Einstellungsbegriffs in der Literatur	12
222 Der hier verwendete Einstellungsbegriff	14
223 Dimensionen der Einstellung	16
23 Die Bedeutung des Einstellungsbegriffs für ein Programm zur Bildung von Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation	19
24 Die Determinanten und Resultanten der Hypothesen dieser Arbeit in ihrem Zusammenhang mit einem Programm zur Bildung von Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation	22
3 Der theoretische Ansatz der Untersuchung	28
31 Die Konsistenzmodelle unter besonderer Berücksichtigung des Dissonanzmodells	28
32 Das theoretische Konzept MALEWSKIS	42
33 Die Selbstbewertungs-Hypothese und ihr Verhältnis zur Dissonanztheorie	45

	Seite
34 Beschreibung der in der vorliegenden Untersuchung verwendeten Variablen	50
341 Die Selbsteinschätzung der Rezipienten	50
3411 Vorbemerkung	50
3412 Alternative Termini	51
3413 Die begriffliche Erfassung des Faktors Selbsteinschätzung in der Literatur	53
3414 Die hier zugrunde gelegte Konzeption des Selbsteinschätzungsbegriffs als Einstellung	56
3415 Determinanten der Selbsteinschätzung	61
342 Die Kommunikationsdiskrepanz	65
343 Allgemeine Bedeutung der ausgewählten Variablen für die Erklärung der Wir- kungen der Massenkommunikation	66
35 Erörterung bisher vorliegender Untersuchungen über Kommunikationsdiskrepanz, Selbstein- schätzung der Rezipienten und Einstellungswandel	72
351 Darstellung und Kritik von Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen Kommunika- tionsdiskrepanz und Einstellungswandel	74
352 Darstellung und Kritik von Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen der Selbst- einschätzung der Rezipienten und Ein- stellungswandel	115
353 Kritische Bemerkungen auf der Grundlage eines Programms zur Bildung von Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation	136

	Seite
36 Formulierung der untersuchten Hypothesen	140
361 Wissenschaftstheoretische Vorbemerkung	140
362 Die Analyse der dissonanzerzeugenden Situation im Massenkommunikations- prozeß und die Möglichkeiten ihrer Reduktion	144
3621 Hypothese I	150
3622 Hypothese II	150
3623 Hypothese III	151
363 Die Entstehung weiterer kognitiver Dissonanzen und die Möglichkeiten ihrer Reduktion	152
4 Die Darstellung der Forschungstechnik	156
41 Bemerkungen zur Problematik des Experiments	156
42 Die Auswahl der Versuchsgruppe für die Vor- und Hauptuntersuchung	159
43 Die Erstellung der Meßinstrumente	162
431 Die Messung der Selbsteinschätzung	162
4311 Vorbemerkung	162
4312 Die Likert-Skala	164
4313 Die Formulierung und Auswahl der Items	169
4314 Die Durchführung der Voruntersuchung zur Feststellung der Diskriminations- fähigkeit der verwendeten Items	180
4315 Die Reliabilität des Instruments	184
4316 Die Validität des Instruments	187
432 Die Messung der Einstellung zum Gegenstand der Aussage	190
433 Die Messung des Einstellungswandels	191

	Seite
44 Die Wahl des Gegenstandes der Aussage	194
45 Der verwendete Stimulus	196
46 Die Durchführung des Experiments	198
5 Die Ergebnisse der Untersuchung	202
51 Hypothese I	207
52 Hypothese II	209
53 Hypothese III	210
54 Zur Erklärung der Ergebnisse auf der Grundlage der Dissonanztheorie	213
6 Schlußbemerkung	226

ANHANG

LITERATURVERZEICHNIS

V o r w o r t

Nach Fertigstellung dieser Arbeit, die Teil eines umfangreichen Forschungsvorhabens ist, gilt mein besonderer Dank Herrn Prof. Dr. K.G. Specht: Herr Prof. Specht hat die Durchführung dieser Arbeit betreut und mich bei ihrer Anfertigung beraten und unterstützt.

Zu danken habe ich auch Herrn Oberstudiendirektor Ludwig, der durch sein Entgegenkommen die Durchführung der empirischen Untersuchung an dem von ihm geleiteten Martin-Beheim-Gymnasium in Nürnberg ermöglichte.

Schließlich möchte ich meinen Kollegen, Herrn Dr. H. Bessler, Herrn Dr. F. Bledjian und meinem Mann für die zahlreichen nützlichen Hinweise, Ratschläge und ihre Unterstützung bei der Abwicklung der empirischen Untersuchung danken.

K. S.

1 Einleitung

11 Bemerkungen zur neueren Wirkungsforschung

Seit der Entstehung und besonders seit der zunehmenden Verbreitung der Massenmedien beschäftigt man sich auch mit der Erforschung ihrer Wirkungen. Während zu Beginn dieser Forschung die Überzeugung vertreten wurde, daß es sich bei den Aussagen der Massenmedien um einen direkt und isoliert wirkenden Einflußfaktor handle, hat sich auf der Grundlage wissenschaftlicher empirischer Untersuchungen inzwischen die Auffassung durchgesetzt, daß die Wirkungen einer Aussage von zahlreichen Faktoren mitbestimmt werden. Die Erforschung der Rolle dieser Faktoren im Wirkungsprozeß bildet heute den Schwerpunkt der Analyse.

Ein großer Teil der neueren relevanten Forschungsergebnisse im Bereich der Wirkungen der Massenkommunikation ist von KLAPPER¹⁾ systematisch dargestellt und kommentiert worden. Auf der Grundlage dieser Ergebnisse gelangt er zu allgemeinen Aussagen über die Wirkungen der Massenkommunikation, deren bedeutendste in der Feststellung besteht: Es ist am wahrscheinlichsten, daß durch die Aussagen der Massenmedien die Einstellungen der Rezipienten bestätigt und gefestigt werden, es ist weniger wahrscheinlich, daß Einstellungen verändert oder umstrukturiert werden, und es ist am unwahrscheinlichsten, daß Einstellungen völlig umgekehrt werden.²⁾ Im einzelnen

1) Vgl.: KLAPPER, J. T.: The Effects of Mass Communication, 7. Aufl., New York 1966, S. 8.

2) Vgl. ebenda, S. 49 f.

kommt KLAPPER zu folgenden Verallgemeinerungen, die er als theoretischen Bezugsrahmen für die Erklärung des Wirkungsprozesses ansieht:¹⁾

1. Die Massenkommunikation ist in der Regel keine notwendige und ausreichende Bedingung für die bei den Rezipienten auftretenden Wirkungen, sondern wirkt sich vielmehr nur durch und über eine Anzahl von "mediating factors" aus.
2. Es ist kennzeichnend für den Einfluß dieser "mediating factors", daß durch sie die Massenkommunikation nicht zur einzigen Ursache, sondern zu einem Wirkungsfaktor unter anderen in einem Prozeß gemacht wird, in dem vor allem die bereits bestehenden Einstellungen und Verhaltensweisen bekräftigt werden.
3. In den Fällen, in denen die Massenkommunikation zum Einstellungswandel beiträgt, wurde wahrscheinlich eine der beiden im folgenden genannten Bedingungen erfüllt:
Entweder:
a) sind die "mediating factors" unwirksam und die Massenmedien üben eine direkte Wirkung aus;
oder
b) die "mediating factors", die in der Regel eine Be-
kräftigungswirkung haben, begünstigen dieses Mal
selbst einen Einstellungswandel.
4. Es verbleiben bestimmte wenige Situationen, in denen die Massenkommunikation direkte Wirkungen hervorzu-
bringen scheint oder direkt bestimmte psychophysische
Bedürfnisse befriedigt.

1) Vgl.: KLAPPER, J. T.: The Effects of Mass Communication, a.a.O., S. 8.

5. Die Wirksamkeit der Massenkommunikation, entweder als ein Wirkungsfaktor unter vielen oder als direkt wirkender Faktor, wird durch verschiedene Aspekte der Medien und der Aussagen selbst oder auch durch die Situation, in der die Kommunikation stattfindet, beeinflusst. (Hierzu gehören z.B. die Gestaltung der Aussage, die Eigenart der Aussagenquelle und des Mediums, die augenblickliche Stimmung in der öffentlichen Meinung und ähnliches mehr.)

Zu den bedeutendsten Faktoren, die als "mediating factors" in den Wirkungsprozeß eingreifen, gehören die Prädispositionen des Rezipienten. Bei diesen Prädispositionen handelt es sich um die präkommunikativen Einstellungen des Rezipienten z.B. zum Gegenstand der Aussage, zum Kommunikator, zu sich selbst bzw. zur eigenen Meinung, zum Medium der Kommunikation etc. Von diesen verschiedenen den Wirkungsprozeß beeinflussenden Einstellungen wird weiter unten noch ausführlicher die Rede sein.

Die bisher umfassendste Darstellung von Ergebnissen der empirischen Sozialforschung auf dem Gebiet der Wirkungsanalyse der Massenkommunikation findet sich bei BERELSON und STEINER¹⁾. In ihrer Hypothesensammlung²⁾, die sich für den Bereich der Massenkommunikation ausschließlich

1) Vgl.: BERELSON, B. und G. A. STEINER: Human Behavior, New York, Chicago und Burlingame 1964, S. 527 ff.

2) Näheres und Kritisches hierzu vgl.: BESSLER, H.: Zur Theoriebildung in der Massenkommunikationsforschung - Ein theoretischer Ansatz und Möglichkeiten der Lösung eines damit verbundenen Meßproblems mit Techniken der Aussagenanalyse, Dissertation, Nürnberg 1968.

auf die Wirkungen der Aussagen bezieht, stehen die Prädispositionen des Rezipienten als Determinanten der Hypothesen über den Wirkungsprozeß im Mittelpunkt. In der Wirkungsforschung werden häufig folgende Bereiche unterschieden:¹⁾ Durch den Empfang von Aussagen der Massenkommunikation können Wirkungen auf das Wissen, die Einstellungen, das offene Verhalten bzw. Handeln sowie auf den physischen und den psychischen Tiefenbereich der Rezipienten eintreten. Unter Wissen wird dabei das faktische, nicht mit affektiven Elementen verbundene Wissen verstanden. Durch die Zuwendung zu den Aussagen der Massenkommunikation kann z.B. zu einer Erweiterung des Wissens beigetragen werden. So stellt das Telekolleg eine solche Möglichkeit der Verwendung des Fernsehens im Bildungs- bzw. Aus-, Fort- und Weiterbildungsprozeß dar, in dem u.a. Wissensstoffe vermittelt werden sollen.

Einstellungen bestehen nach ROSENBERG und HOVLAND²⁾ aus drei miteinander zusammenhängenden Komponenten, nämlich einer kognitiven, einer affektiv-evaluativen und einer Handlungskomponente. Die kognitive Komponente bezieht sich auf das subjektive Wissen des Individuums über einen Gegenstand, mit der affektiv-evaluativen Komponente werden die in bezug auf einen Gegenstand bestehenden Emotionen erfaßt, und mit der Handlungskomponente schließlich soll die Bereitschaft ausgedrückt werden, entsprechend der kognitiven und affektiv-evaluativen Inhalte einer Einstellung zu handeln. Um dem Umfang der Bedeutung

1) Vgl.: BESSLER, H. und F. BLEDJIAN: Systematik der Massenkommunikationsforschung, München und Basel 1967, S. 45 ff.

2) Vgl.: ROSENBERG, M. J. und C. I. HOVLAND: Cognitive, Affective, and Behavioral Components of Attitudes, in: HOVLAND, C. I. und M. J. ROSENBERG (Hrsg.): Attitude Organization and Change, New Haven 1960, S. 3.

dieser einzelnen Einstellungskomponenten gerecht zu werden, müßte eine unabhängige Messung der drei Komponenten vorgenommen werden. Ein solches Vorgehen erscheint jedoch aufgrund des engen Zusammenhangs etwa der kognitiven mit der affektiv-evaluativen Komponente äußerst problematisch. Bevor es aber nicht gelungen ist, die Komponenten einzeln und unabhängig voneinander valide zu messen, ist die Bedeutung einer solchen Differenzierung für die Hypothesenbildung sehr gering.

Die Aussagen der Massenkommunikation können einen Einfluß auf die Einstellungsstruktur ausüben, d.h. sie können sich in Richtung auf eine Einstellungsneubildung oder eine Einstellungsänderung auswirken. Im ersten Fall bildet sich das Individuum unter dem Eindruck von Aussagen der Massenmedien eine Meinung¹⁾ zu einem Gegenstand, den es bisher nicht kannte oder zu dem es bisher keine Meinung hatte. Im zweiten Fall handelt es sich entweder um eine Einstellungsverfestigung bzw. -schwächung oder um eine Einstellungsumkehrung. Wie bereits gesagt wurde, kommt KLAPPER²⁾ zu dem Schluß, daß die Aussagen in den Massenmedien sehr viel seltener eine Einstellungsumkehrung als eine Einstellungsverstärkung zur Folge haben.

Bei den Wirkungen der Massenkommunikation auf das offene Verhalten bzw. Handeln geht es um die durch den Massenkommunikationsprozeß ausgelösten direkt beobachtbaren Handlungen der Rezipienten, welche sich in den verschiedenen Lebensbereichen wie Beruf, Freizeit, Schule etc. vollziehen und z.B. das Wahl- und Konsumverhalten kenn-

1) Unter Meinung soll der verbale Ausdruck einer Einstellung verstanden werden.

Vgl.: KATZ, D.: The Functional Approach to the Study of Attitudes, in: Publ. Op. Quart. 24, 1960, S. 168.

2) Vgl.: KLAPPER, J. T.: The Effects of Mass Communication, a.a.O., S. 49 f.

zeichnen. Auf den Einfluß der Massenmedien auf den physischen Bereich und den psychischen Tiefenbereich der Rezipienten soll hier nicht näher eingegangen werden, weil es sich dabei nicht um primär sozialwissenschaftliche Fragestellungen handelt.

12 Problemstellung

Die Forschungsgruppe 'Massenkommunikation' des Sozialwissenschaftlichen Forschungszentrums hat sich seit längerer Zeit darum bemüht, ein theoretisches Konzept zu erarbeiten, das es ermöglichen soll, zur Erklärung des Massenkommunikationsprozesses beizutragen. Dieser Ansatz wurde im Rahmen der "Systematik der Massenkommunikationsforschung"¹⁾ zuerst konzipiert und dann in der Arbeit von BESSLER²⁾ weiterentwickelt. Es handelt sich hierbei um ein Programm für die Formulierung und Prüfung von Hypothesen über die Aussagenentstehung und Aussagenwirkung im Massenkommunikationsprozeß. Dieses im nächsten Kapitel näher zu beschreibende Programm bildet den Ausgangspunkt für die vorliegende Arbeit, wobei eine Beschränkung auf jenen Teil des Massenkommunikationsprozesses erfolgt, dessen Gegenstand die Wirkungen der Aussagen sind. Im Mittelpunkt stehen bestimmte präkommunikative Einstellungen der Rezipienten, von denen angenommen wird, daß sie relevante Faktoren im Wirkungsprozeß der Massenkommunikation darstellen. Um die Art und Weise ihres Einflusses und das Ausmaß ihrer Bedeutsamkeit näher zu bestimmen, wurde ein Experiment durchgeführt, das gleichzeitig dem Zweck dient, jenes zugrunde gelegte Programm erstmals empirisch auf seine Brauchbarkeit hin zu prüfen. In diesem Sinne stellt diese Arbeit

1) Vgl.: BESSLER, H. und F. BLEDJIAN: Systematik der Massenkommunikationsforschung, a.a.O.

2) Vgl.: BESSLER, H.: Zur Theoriebildung in der Massenkommunikationsforschung, a.a.O.

einen Versuch dar, zur Erklärung der Wirkungen der Massenkommunikation beizutragen.

Mit dem Begriff Massenkommunikation werden in der Regel die Prozesse im Bereich der Massenmedien Presse, Film, Rundfunk und Fernsehen erfaßt; auch Bücher gehören hierher. Keine Übereinstimmung besteht bisher darüber, ob auch andere publizistische Erzeugnisse wie Flugblätter, Comics, Schallplatten usw. unter den Oberbegriff "Massenkommunikation" zu subsumieren sind. Die Massenkommunikation stellt jedoch nur einen Spezialfall der Kommunikation dar. Ihre besondere Form wird vor allem dadurch gekennzeichnet, daß die Partner hier durch ein technisches Medium miteinander verbunden sind.¹⁾

Was unter Kommunikation zu verstehen ist, ist in einer Vielzahl von Definitionen erläutert worden, welche jedoch in den wichtigsten Punkten übereinstimmen. So wird Kommunikation definiert "as the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicatees)"²⁾. "Communication comes from the latin communis, common. When we communicate we are trying to establish a 'commonness' with someone. That is, we are trying to share information, an idea, or an attitude".³⁾ MALETZKE verwendet den Begriff im Sinne der "Bedeutungsvermittlung zwischen Lebewesen"⁴⁾. Die vielleicht umfassendste Defi-

1) Weitere Unterscheidungskriterien vgl.:

MALETZKE, G.: Psychologie der Massenkommunikation, Hamburg 1963, S. 32.

2) HOVLAND, C. I.: Social Communication, in: BERELSON, B. und M. JANOWITZ (Hrsg.): Reader in Public Opinion and Communication, New York 1950, S. 182

3) SCHRAMM, W.: How Communication Works, in: W. SCHRAMM (Hrsg.): The Process and Effects of Mass Communication, Urbana 1965, S. 3.

4) MALETZKE, G.: Psychologie der Massenkommunikation, a.a.O., S. 18.

nition findet sich bei RUESCH und BATESON: " the concept of communication would include all those processes by which people influence one another".¹⁾

Aus Gründen der einfacheren und weniger kostspieligen Überprüfung der in dieser Arbeit aufgestellten Hypothesen handelt es sich bei dem Stimulus, wie er in dem hier durchgeführten Experiment verwendet wurde, nicht um eine eigentliche Aussage eines Massenmediums. Der Stimulus besteht stattdessen aus einer "einfachen" Kommunikation in schriftlicher Form. Dieses Vorgehen erscheint zulässig, weil sich die in dieser Arbeit angeschnittene Problematik auf einige jener Aspekte aus dem Bereich der Massenkommunikationsforschung konzentriert, die diese mit der allgemeinen Kommunikationsforschung gemein hat. Denn es handelt sich hier um die Frage, welche Rolle bestimmte Prädispositionen von Individuen in einem Prozeß der Beeinflussung spielen. Sowohl bei der Diskussion bereits abgeschlossener Studien zu diesem Thema als auch in der hier durchgeführten empirischen Untersuchung stehen vor allem solche Prädispositionen von Rezipienten im Mittelpunkt, die auch für die Erklärung der Wirkungen im Kommunikationsprozeß relevant sind. Die meisten bisher vorliegenden Erkenntnisse über den Prozeß der Beeinflussung wurden denn auch im Rahmen der allgemeinen Kommunikation gewonnen.²⁾

Die wissenschaftliche Massenkommunikationsforschung ist in dem hier verstandenen Sinne Teil der sozialwissenschaftlichen Forschung. Das Ziel sozialwissenschaft-

1) RUESCH, J. und G. BATESON: Communication, The Social Matrix of Psychiatry, New York 1951, S. 6

2) Vgl. hierzu z.B. die "Yale-Studien" (siehe Lit.-Verz. unter Hovland, Janis, Rosenberg).

licher Forschung ist die Erklärung und Voraussage des menschlichen Verhaltens im sozialen Bereich. Hierzu bedarf es **a l l g e m e i n e r** sozialwissenschaftlicher Theorien, die imstande sind, möglichst viele verschiedene Verhaltensweisen in möglichst vielen sozialen Bereichen unabhängig von Raum und Zeit zu klären. Von dem Ziel derartig universeller Theorien sind die Sozialwissenschaften gegenwärtig noch sehr weit entfernt. Es existiert in den Sozialwissenschaften jedoch bereits eine Reihe von theoretischen Ansätzen zur Erklärung des menschlichen Verhaltens, welche sich oft nur durch verschiedene Allgemeingrade ihrer Aussagen voneinander unterscheiden.¹⁾ Zu den Theorien, die eine relativ große Zahl von Ereignissen erklären, gehören die Konsistenztheorien²⁾ sowie der verhaltenstheoretische Ansatz MALEWSKIs.³⁾

Erklärung des Massenkommunikationsprozesses bedeutet Erklärung des Verhaltens der am Massenkommunikationsprozeß beteiligten Personen. Mithin handelt es sich hier um Verhaltensweisen in einem speziellen sozialen Bereich. Wenn es sich bei den genannten Theorien um allgemeine Verhaltenstheorien handelt, müssen sie auch dieses Verhalten in einem bestimmten sozialen Bereich erklären können. Die im

1) Vgl. hierzu die Aufzählung bei MALEWSKI, A.: Verhalten und Interaktion, Tübingen 1967, S. 5 f.

2) Vgl.: HEIDER, F.: The Psychology of Interpersonal Relations, New York 1958; - ROSENBERG, M. J. und R. P. ABELSON: An Analysis of Cognitive Balancing, in: HOVLAND, C. I. und M. J. ROSENBERG (Hrsg.): Attitude Organization and Change, a.a.O. - OSGOOD, C. E. und P. H. TANNENBAUM: The Principle of Congruity and the Prediction of Attitude Change, in: Psychol. Rev. 62, 1955, S. 42 ff.; - FESTINGER, L.: A Theory of Cognitive Dissonance, Evanston 1957.

3) Vgl.: MALEWSKI, A.: Verhalten und Interaktion, a.a.O.

Verlauf dieser Arbeit zu führende Diskussion über bestimmte Prädispositionen, die als Determinanten im Wirkungsprozeß der Massenkommunikation auftreten, sowie die hierzu durchgeführte empirische Untersuchung sind denn auch im Lichte dieser allgemeinen Theorien menschlichen Verhaltens zu sehen.

Durch diese Vorgehensweise soll sich zeigen, ob die Konsistenzmodelle, insbesondere die Theorie FESTINGERS bzw. der Ansatz von MALEWSKI in der Lage sind, die speziellen Ergebnisse der im Rahmen dieser Arbeit diskutierten empirischen Untersuchungen hinreichend zu erklären, was eine weitere Bestätigung bedeuten würde, oder ob gegebenenfalls, und wenn ja, in welcher Weise, Modifizierungen und Ergänzungen notwendig sind.

- 2 Die Bedeutung der Kenntnis von den Bedingungen des Einstellungswandels für die Erklärung der Wirkungen der Massenkommunikation

21 Vorbemerkung

In dem dieser Arbeit zugrunde liegenden Programm zur Erklärung der Wirkungen der Massenkommunikation spielt der Einstellungsbegriff eine dominierende Rolle. Einstellungen können als eine zentrale Variable bei der Bildung allgemeiner sozialwissenschaftlicher Theorien, zu denen das hier verwendete Konzept zu rechnen ist, angesehen werden. Die Auffassung, daß Einstellungen für die Erklärung des menschlichen Verhaltens eine wichtige Rolle spielen, wurde vor allem in der Psychologie entwickelt. Innerhalb dieser Disziplin wurden die Untersuchungen zur Einstellung bisher vornehmlich im Rahmen zweier Forschungsrichtungen betrieben: in der vor allem in Deutschland beheimateten Bewußtseinspsychologie und in der Sozialpsychologie, deren Ursprünge im angloamerikanischen Raum liegen.¹⁾

22 Der Einstellungsbegriff

In diesem Abschnitt soll an einigen Beispielen erläutert werden, wie "attitudes", hier bezeichnet als Einstellungen, in der Literatur definiert werden, was in der vorliegenden Arbeit unter Einstellung verstanden werden soll und in welcher Weise Einstellungen variieren können.

1) Vgl.: ROTH, E.: Einstellung als Determination individuellen Verhaltens, Göttingen 1967, S. 9 f.

Nicht eingegangen wird in der vorliegenden Arbeit dagegen auf die Problematik der Entstehung von Einstellungen. Hierzu sei lediglich auf den Aufsatzband von ATKINSON¹⁾ und das Werk von McCLELLAND²⁾ hingewiesen, die sich u.a. mit dem Zustandekommen bestimmter als Einstellungen zu interpretierende Dispositionen, wie etwa die Leistungsmotivation, beschäftigen.

221 Beispiele für die Erfassung des Einstellungsbegriffs in der Literatur

NUNNALLY charakterisiert Einstellungen folgendermaßen:

"Attitudes are predispositions to react negatively or positively in some degree toward an object, institution, or class of persons."³⁾ Während NUNNALLY den Begriff Einstellung vor allem unter dem Aspekt ihrer meßtechnischen Erfassung betrachtet, gibt NEWCOMB in seiner Definition bereits Auskunft über verschiedene Komponenten der Einstellung, wenn er sagt: "Unter der Einstellung eines Individuums gegenüber einer Sache verstehen wir seine Prädisposition, hinsichtlich dieser Sache zu handeln, wahrzunehmen, zu denken und zu fühlen."⁴⁾ OSGOOD bezieht sich bei der Erfassung des Einstellungsbegriffs auch auf die Art und Weise der Entstehung von Einstellungen, wenn er ausführt: "that

1) Vgl.: ATKINSON, J. W. (Hrsg.): Motives in Fantasy, Action and Society, Toronto, New York und London 1968.

2) Vgl.: McCLELLAND, D. C.: The Achieving Society, Princeton 1961.

3) NUNNALLY, J. C., Jr.: Tests and Measurements, New York, Toronto und London 1959, S. 300.

4) NEWCOMB, T. M.: Sozialpsychologie, Meisenheim am Glan 1959, S. 94.

attitudes are learned and implicit - they are inferred states of the organism that are presumably acquired in much the same manner that other such internal learned activity is acquired."¹⁾ Er fährt dann fort: "Further, they are predispositions to respond, but are distinguished from other such states of readiness in that they predispose toward an evaluative response."²⁾ Nach der Auffassung von KRECH u.a. handelt es sich bei den Einstellungen um "an enduring system of positive or negative evaluations, emotional feelings, and pro or con action tendencies with respect to a social object."³⁾ CAMPBELL schließlich sagt: "An individual's social attitude is a syndrome of response consistency with regard to social objects."⁴⁾ Vieles von dem, was diese Definitionen gemeinsam haben, betonen SHAW und WRIGHT, wenn sie Einstellungen in der folgenden Weise verstehen: "A relatively enduring system of evaluative, affective reactions based upon and reflecting the evaluative concepts or beliefs which have been learned about the characteristics of a social object or class of social objects."⁵⁾

1) OSGOOD, Ch. E., G. J. SUCI und P. H. TANNENBAUM: The Measurement of Meaning, Urbana 1957, S. 189.

2) ebenda.

3) KRECH, D., R. S. CRUTCHFIELD und E. L. BALLACHEY: Individual in Society, New York 1962, S. 177.

4) CAMPBELL, D. T.: The Indirect Assesment of Social Attitudes, in: Psychol. Bull. 47, 1950, S. 31.

5) SHAW, M. E. und J. M. WRIGHT: Scales for the Measurement of Attitudes, New York, St. Louis, San Francisco, Toronto, London und Sydney 1967, S. 3.

Diese Reihe von Definitionen ließe sich beliebig fortsetzen; denn zahlreiche Psychologen, Sozialpsychologen, Soziologen, Physiologen und Anthropologen haben sich bisher mit dem Einstellungsbegriff auseinandergesetzt. Hier sollte jedoch nur ein Eindruck vermittelt werden von dem, was in der Sozialpsychologie unter dem Terminus Einstellung verstanden wird.

222 Der hier verwendete Einstellungsbegriff

Es wurde bereits darauf hingewiesen, daß Einstellung und der englische Ausdruck "attitude" in der vorliegenden Arbeit synonym verwendet werden. Im folgenden soll nicht auf Unterschiede zwischen Einstellungen einerseits und Dispositionen, Haltungen, Wertstrukturen, Attitüden, Gesinnungen, Valenzen, Erwartungen, Prädispositionen etc. andererseits eingegangen werden. Alle diese Begriffe werden synonym verwendet. Hierfür spricht nicht zuletzt der Umstand, daß ihre Operationalisierung allgemein mit Hilfe von Einstellungsskalen erfolgt.

In der eben zitierten Literatur kommt zum Ausdruck, daß zu den wichtigsten Merkmalen der Einstellung ihre Objektbezogenheit, ihr Systemcharakter und ihr Erlerntsein gehören. Mit Objekt der Einstellung ist nicht nur eine bestimmte Sache gemeint, sondern "Gegenstand einer Einstellung ist all das, wozu ein Individuum in eine wie auch geartete Beziehung treten kann."¹⁾ Der Systemcharakter bezeichnet eine dreifache Form des Zusammenhangs der Bestandteile von Einstellungen: Solche Bestandteile sind Komponenten

1) ROTH, E.: Einstellung als Determination individuellen Verhaltens, a.a.O., S. 41.

(z. B. kognitive, affektive und Handlungskomponente) und Elemente. Mehrere Elemente bilden eine Komponente, mehrere Komponenten eine Einstellung und ein Zusammenhang von Einstellungen manifestiert sich in einer Persönlichkeit. Nach ROTH sind Einstellungen als Systembedingungen anzusehen, worunter ein Gesamtzustand verstanden wird, "in dem alle beteiligten Elemente bzw. Funktionen in bezug auf einen Gegenstand zusammengeschlossen sind und in welchem sie in allseitiger Relation miteinander stehend sich gegenseitig bedingen."¹⁾ Einstellungen drücken den augenblicklichen Zustand dieser psychischen Funktion in ihrer Interdependenz aus. Verändert sich bei einem Individuum z.B. die Affektlage gegenüber einem bestimmten Einstellungsobjekt, so kann sich dadurch auch seine diesen Gegenstand betreffende Wahrnehmung und sein Denken hierüber ändern.²⁾

Wenn in der vorgelegten Arbeit von Einstellungen die Rede ist, dann soll folgendes darunter verstanden werden: Einstellungen sind stets auf einen Gegenstand bezogene, systembedingte und erlernte Reaktionsweisen eines Individuums, die dessen Wahrnehmungen, dessen Denken, Behalten, Empfinden und Handeln mitbestimmen.

Diese Definition von Einstellungen erhebt in keiner Weise den Anspruch, umfassend und (oder) endgültig zu sein. Sie dient lediglich dem Zweck, eine Grundlage der Verständigung für alle weiteren Ausführungen zu schaffen und erscheint für die in dieser Arbeit angeschnittene Problematik ausreichend.

1) ROTH, E.: Einstellung als Determination individuellen Verhaltens, a.a.O., S. 83.

2) Vgl. ebenda, S. 42 f.

223 Dimensionen der Einstellung

Der Einstellungsbegriff wurde inzwischen zu einem komplizierten Konstrukt entwickelt; zur näheren Charakterisierung werden verschiedene Dimensionen verwendet. Bei diesen Dimensionen handelt es sich um Merkmale, hinsichtlich derer Einstellungen sich unterscheiden können. Eine Reihe der in der Einstellungsforschung bekanntesten Dimensionen, von denen einige im Verlauf dieser Arbeit weitere Berücksichtigung finden, soll an dieser Stelle kurz beschrieben werden.¹⁾

Zunächst lassen sich Einstellungen nach ihrer Richtung unterscheiden, d.h. danach, ob die Einstellung gegenüber einem Gegenstand positiv oder negativ ist. Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal ist die Extremität einer Einstellung. Hiermit ist das Ausmaß der positiven oder negativen Einstellung gegenüber dem Gegenstand gemeint. Bei der Intensität als dritter Dimension handelt es sich um den subjektiven Überzeugungsgrad, mit der eine ganz bestimmte Position auf einer Einstellungsskala, die zur Bestimmung von Richtung und Extremität der Einstellung benutzt wurde, vertreten wird. In der Literatur wird die genaue Abgrenzung zwischen Extremität und Intensität jedoch vielfach als problematisch angesehen.

Unter der Dimension Bedeutsamkeit bzw. Zentralität wird die Stellung einer bestimmten Einstellung im Vergleich zu anderen Einstellungen eines Individuums verstanden: Je geringer die individuelle Bedeutsamkeit

1) Vgl.: ROTH, E.: Einstellung als Determination individuellen Verhaltens, a.a.O., S. 62 - 94.

des Einstellungsgegenstands für den Rezipienten ist, um so peripherer ist die Einstellung bzw. je größer die individuelle Bedeutsamkeit, um so zentraler die Einstellung.

Bei den im folgenden beschriebenen Unterscheidungskriterien handelt es sich um solche Dimensionen, die sich aus dem Systemcharakter von Einstellungen ergeben. Hier ist zunächst die **K o m p l e x i t ä t** zu nennen: Eine Einstellung setzt sich aus mehreren Bestandteilen zusammen, die in ihrer Anzahl variieren können und damit den Grad der Komplexität einer Einstellung bestimmen. Desgleichen haben Individuen eine verschieden große Anzahl von Einstellungen ausgebildet, was ebenfalls mit dem Begriff Komplexität erfaßt wird. Dabei ist die Komplexität um so größer (geringer), je höher (niedriger) die Anzahl der Elemente in einer Komponente, der Komponenten in einer Einstellung und der Einstellungen in einer Persönlichkeit ist.¹⁾

Die **K o n s i s t e n z** der Einstellung bzw. Einstellungen betrifft die Vereinbarkeit der Bestandteile einer Einstellung sowie die Vereinbarkeit der Einstellungen innerhalb einer Persönlichkeit. Die Konsistenz der Einstellung bzw. Einstellungen ist um so höher (niedriger), je größer (geringer) die Vereinbarkeit der Bestandteile einer Einstellung bzw. die Vereinbarkeit verschiedener Einstellungen ist. Bei der letzten hier aufzuführenden Dimension handelt es sich um die **S t r u k t u r i e r t h e i t** der Einstellung bzw. Einstellungen. Diese bezieht sich auf die Gliederung der Bestandteile einer Ein-

1) Beispiele hierzu vgl.: ROTH, E.: Einstellung als Determination individuellen Verhaltens, a.a.O., S. 89.

stellung bzw. auf die Gliederung der Einstellungen eines Individuums. "Unter Gliederung sei dabei das Maß an Ordnung verstanden, in welchem die Elemente der Komponenten oder die Einstellungen eines Individuums organisiert sind."¹⁾ Je ungeordneter (geordneter) die Gliederung der Bestandteile einer Einstellung bzw. die Gliederung der Einstellungen, um so geringer (höher) ist die Strukturiertheit der Einstellung(en).

Diese und andere Dimensionen der Einstellung werden in den Sozialwissenschaften seit langem erörtert. In den Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation spielt z.B. die Variable "ego-involvement", die sich auf die Bedeutsamkeit bzw. Zentralität einer Einstellung im Einstellungsgefüge des Rezipienten bezieht, eine wichtige Rolle. Der Gewinnung fundierter Kenntnisse über die Relevanz dieser Dimensionen für die Erklärung des Massenkommunikationsprozesses steht jedoch entgegen, daß bisher der Nachweis von der Meßbarkeit zumindest eines großen Teils der Dimensionen fehlt. Lediglich Richtung, Extremität und Intensität können in einer den Ansprüchen der empirischen Sozialforschung genügenden Art und Weise gemessen werden. Untersuchungen über die Meßbarkeit der übrigen Dimensionen im Zusammenhang mit der Entwicklung möglichst reliabler und valider Meßinstrumente müssen heute als die vordringlichste Aufgabe in der Einstellungsforschung angesehen werden.

1) ROTH, E.: Einstellung als Determination individuellen Verhaltens, a.a.O., S. 92.

23 Die Bedeutung des Einstellungsbegriffs für ein Programm zur Bildung von Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation

Mit der Bedeutung und Verwendung des Einstellungsbegriffs in der sozialwissenschaftlichen Massenkommunikationsforschung beschäftigt sich ausführlich die Arbeit von BLEDJIAN¹⁾, die parallel zu der hier vorgelegten Untersuchung angefertigt wurde. An dieser Stelle wird daher nur kurz auf einige der wichtigsten Argumente, die für die Verwendung des Einstellungsbegriffs in der sozialwissenschaftlichen Massenkommunikationsforschung sprechen, eingegangen.

Die Variable Einstellung findet im Rahmen der Massenkommunikationsforschung vor allem innerhalb der Wirkungsforschung seit geraumer Zeit zunehmend Beachtung. In der Hypothesensammlung von BERELSON und STEINER²⁾ z.B., auf die bereits hingewiesen wurde, wird den Prädispositionen und Attitüden der Rezipienten für die Erklärung der Wirkungen der Massenmedien eine besondere Bedeutung zugemessen. Bei BERELSON und STEINER zeigt sich deutlich, daß konkurrierende Konstrukte, die als Determinanten in den Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation verwendet werden könnten, zugunsten des Einstellungsbegriffs vernachlässigt werden. Auch bei KLAPPER³⁾ spielen die Einstellungen der Rezipienten für die Erklärung der Wirkungszusammenhänge eine wichtige Rolle, ohne daß hier jedoch auf die Möglichkeit und Zweckmäßigkeit hingewiesen wird, auch die anderen "mediating factors" im Wirkungs-

1) Vgl.: BLEDJIAN, F.: Ergebnisse und neuere theoretische Ansätze über die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten, Dissertation, Nürnberg 1968

2) Vgl.: BERELSON, B. und G. A. STEINER: Human Behavior, a.a.O.

3) Vgl.: KLAPPER, J. T.: The Effects of Mass Communication, a.a.O.

prozeß der Massenkommunikation mit Hilfe des Einstellungsbegriffs zu erfassen.

Solche konkurrierenden theoretischen Konstrukte sind etwa die Gruppenzugehörigkeit des Rezipienten (Primärgruppe, "peer group"), das Ausmaß seiner Frustration, die Anwesenheit eines Meinungsführers etc. Auch den sozialstatistischen Merkmalen des Rezipienten wie Alter, Geschlecht, Bildungsgrad, Statuszugehörigkeit etc. wird vielfach eine determinierende Wirkung im Massenkommunikationsprozeß zugeschrieben. Es kann angenommen werden, daß alle diese Variablen nur dann für die Wirkung einer bestimmten Aussage von Bedeutung sind, wenn sie sich in der Einstellungsstruktur des Rezipienten niederschlagen. Wenn dies jedoch der Fall ist, werden jene Variablen bei der Messung der Einstellungen miteingefasst, so daß auf eine gesonderte Messung dieser Faktoren ebenso verzichtet werden kann, wie auf eine spezielle Berücksichtigung bei der Hypothesenbildung.

Dies erscheint um so vorteilhafter, als Einstellungen im Vergleich zu anderen konkurrierenden Konstrukten relativ leicht operationalisiert werden können. In der empirischen Sozialforschung haben sich bereits zahlreiche Einstellungsskalen bewährt. Eine umfangreiche Zusammenstellung bereits erprobter Einstellungsskalen findet sich bei SHAW und WRIGHT.¹⁾ Im Rahmen des in der vorliegenden Arbeit durchgeführten Experiments wird der Versuch unternommen, bestimmte Einstellungen - u.a. die Selbsteinschätzung der Rezipienten - zu messen. Mit den Grundlagen

1) Vgl.: SHAW, M. E. und J. M. WRIGHT: Scales for the Measurement of Attitudes, a.a.O.

der Messung von Einstellungen sowie ihren verschiedenen Möglichkeiten beschäftigt sich ausführlich M. STOSBERG¹⁾ in seiner Arbeit.

Darüber hinaus ist der Einstellungsbegriff für die Theorienbildung überaus relevant. Gerade in der Sozialpsychologie ist dieses Konzept in den letzten Jahrzehnten zunehmend stärker berücksichtigt worden. Man denke in diesem Zusammenhang etwa an die in der Einleitung bereits erwähnten Modelle FESTINGERS, OSGOODs und TANNENBAUMs und HEIDERS, die in ihrer Dissonanz- bzw. Kongruenz- bzw. Gleichgewichtstheorie mit dem Einstellungsbegriff arbeiten. Auch andere allgemeinere Theorien über das menschliche Verhalten verwenden direkt oder indirekt den Einstellungsbegriff.²⁾ Im Hinblick auf eine in der Zukunft mögliche Ableitung der Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation aus allgemeineren Theorien menschlichen Verhaltens erscheint es vorteilhaft, im Einstellungsbegriff bereits über ein gemeinsames Konstrukt zu verfügen. Hinzu kommt, daß die Konzentration auf eine relativ umfassende zentrale Variable, die in zahlreichen Hypothesen zur Erklärung zahlreicher verschiedener Verhaltensweisen eine wichtige Rolle spielt, die Möglichkeit bietet, ihre Messung mehr und mehr zu vervollkommen, um dadurch die entsprechenden Hypothesen einer genaueren Prüfung unterziehen zu können.

1) Vgl.: STOSBERG, M.: Möglichkeiten der Messung von Einstellungen als theoretisch relevanter Variablen für die Erforschung der Entstehung und Wirkung von Aussagen der Massenmedien, unveröffentlichte Dissertation, Nürnberg 1969.

2) Vgl. hierzu die Darstellung allgemeiner Theorien bei: SECORD, P. F. und C. W. BACKMAN: Social Psychology, New York, San Francisco, Toronto und London 1964, S. 108 ff.

24 Die Determinanten und Resultanten der Hypothesen dieser Arbeit in ihrem Zusammenhang mit einem Programm zur Bildung von Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation

Das Programm für die Aufstellung von Hypothesen über den Massenkommunikationsprozeß wurde, wie bereits ausgeführt, zuerst in der 'Systematik der Massenkommunikationsforschung' konzipiert¹⁾ und später in der Arbeit von BESSLER²⁾ weiterentwickelt. Auf eine ausführliche Darstellung dieser "Rahmenanweisungen" für die Aufstellung von Hypothesen über den Massenkommunikationsprozeß kann daher hier verzichtet werden. An dieser Stelle soll nur insoweit auf das theoretische Programm eingegangen werden, als es für die Herstellung des Zusammenhangs zwischen diesem Programm und den in der vorliegenden Arbeit aufgestellten und zu prüfenden Hypothesen notwendig ist.

In dem Konzept zur Erklärung des Massenkommunikationsprozesses wird zunächst eine Teilung des Gesamtprozesses in drei Phasen vorgenommen: In der ersten Phase sind Hypothesen über den Prozeß der Aussagenentstehung in den Institutionen der Massenkommunikation aufzustellen.³⁾ In der zweiten Phase müssen Hypothesen über die Wirkungen von Aussagen auf einzelne Rezipienten gebildet werden. In einer dritten Phase schließlich sind Behauptungen über die Konsequenzen der Beeinflussung einzelner Rezipienten durch die Massen-

1) Vgl.: BESSLER, H. und F. BLEDJIAN: Systematik der Massenkommunikationsforschung, a.a.O.

2) Vgl.: BESSLER, H.: Zur Theoriebildung in der Massenkommunikationsforschung, a.a.O.

3) Vgl. hierzu die jüngst erschienene Arbeit von RÜHL, M.: Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System, Bielefeld 1969.

medien für die Erhaltung und den Wandel politischer und sozialer Systeme zu formulieren.¹⁾ In der vorliegenden Untersuchung konzentriert sich das Interesse ausschließlich auf die zweite Phase.

Das Programm für die Formulierung von Hypothesen zur Erklärung der Wirkungen der Massenkommunikation, wie es von BESSLER aufgestellt wird, besteht aus potentiellen Determinanten und Resultanten der zu bildenden Hypothesen sowie aus Anweisungen über die Vorgehensweise bei der Messung dieser Variablen. Auf der Grundlage der Hypothesensammlung von BERELSON und STEINER²⁾ formuliert BESSLER vier Determinanten des Wirkungsprozesses:³⁾

- X_A Aussagenmerkmale. Dabei wird von der Überlegung ausgegangen, daß die meisten der tatsächlich wirkungsrelevanten Merkmale von Aussagen mit dem Einstellungsbegriff erfaßt werden können. Die in der Aussage zum Ausdruck kommenden Einstellungsäußerungen werden mit Hilfe aussagenanalytischer Techniken gemessen.
- X_{B, C, D} Die Prädispositionen der Rezipienten. Diese werden in drei Gruppen aufgeteilt:
 - X_B Die Antizipationen von Aussagenmerkmalen. Hierbei handelt es sich um die Erwartungen der Rezipienten hinsichtlich verschiedener Merkmale der Aussage.
 - X_C Die Prädispositionen (Einstellungen) der Rezipienten zu den in der Aussage enthaltenen Einstellungsobjekten.

1) Vgl. hierzu u.a.: RONNEBERGER, F.: Die politischen Funktionen der Massenkommunikationsmittel, in: Publizistik 9, 1964, S. 291 - 304.

2) Vgl.: BERELSON, B. und G. A. STEINER: Human Behavior, a.a.O., S. 527 ff.

3) Ausführlicher zu diesen vier Determinanten vgl.: BESSLER, H.: Zur Theoriebildung in der Massenkommunikationsforschung, a.a.O., S. 56 ff.

X_D Die Selbsteinschätzung der Rezipienten.¹⁾

Die Messung der Variablen X_B , X_C und X_D erfolgt mit Hilfe von Einstellungsskalen.

Die Erforschung der Wirkungen von Aussagen der Massenmedien auf die Rezipienten wird in diesem Programm auf Einstellungsänderungen beschränkt. Wirkungen werden als Veränderungen in der Einstellungsstruktur von Rezipienten definiert. Eine solche Definition des Begriffs Wirkungen der Massenkommunikation wurde aus Gründen der Zweckmäßigkeit unter meßtechnischen Gesichtspunkten gewählt.²⁾ Darüber hinaus kann von der Annahme ausgegangen werden, daß möglichen Verhaltensänderungen der Rezipienten zumindest in der Regel Einstellungsänderungen vorausgegangen sind.³⁾ Da nicht alle meßbaren Veränderungen in der Einstellungsstruktur erfaßt werden können, werden nur bestimmte Einstellungen gemessen. Hierbei handelt es sich um die Einstellungen zu solchen Einstellungsobjekten, zu denen in der Aussage Stellung bezogen wird. Durch einen Vergleich der präkommunikativen Einstellung des Rezipienten zu einem bestimmten Gegenstand mit seiner postkommunikativen Einstellung zu demselben Gegenstand werden die gegebenenfalls eingetretenen Einstellungsänderungen des Rezipienten (Wirkung der Aussage der Massenkommunikation) ermittelt.

-
- 1) In der vorliegenden Arbeit wird eine Modifizierung des bei BESSLER verwendeten Selbsteinschätzungsbegriffs vorgenommen. Vgl. hierzu Abschnitt 34.
 - 2) Ausführliche Erläuterungen hierzu vgl.: BESSLER, H.: Zur Theoriebildung in der Massenkommunikationsforschung, a.a.O., S. 52 ff.
 - 3) Vgl.: KLAPPER, J. T.: The Effects of Mass Communication, a.a.O.

Die Hypothesen des Wirkungsprozesses kann man, mathematisch ausgedrückt, mit folgender Funktion erfassen:

$$(Y_A) \dots (Y_N) = F (X_A, X_B, X_C, X_D)^{1)}$$

$(Y_A) \dots (Y_N)$ sind dabei die Resultanten der Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation, also die möglichen Einstellungsänderungen, die die Rezipienten nach dem Empfang der Aussage im Hinblick auf die in der Aussage angesprochenen Einstellungsobjekte I, II, III ... N vorgenommen haben. Diese Wirkungen der Massenkommunikation können als eine Funktion der Determinanten X_A, X_B, X_C, X_D angesehen werden, die in jeweils verschiedenen Kombinationen und Ausprägungen Einfluß ausüben können.

Es wurde bereits darauf hingewiesen, daß sich die im Rahmen der vorliegenden Arbeit aufgestellten und zu prüfenden Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation an dem eben beschriebenen Programm orientieren. In diesen Hypothesen werden Behauptungen darüber aufgestellt, in welcher Weise verschiedene Kombinationen verschiedener oben bezeichneter Determinanten und ihrer Ausprägungen für die Einstellungsänderung von Rezipienten von Bedeutung sein können. Dabei handelt es sich um Variationen von X_A, X_C und X_D . Der Variablenkomplex X_B wird in der hier durchgeführten Untersuchung nicht berücksichtigt. In den in dieser Arbeit im Mittelpunkt stehenden Hypothesen werden die in der Aussage enthaltenen Einstellungsäußerungen zu einem bestimmten Einstellungsobjekt, die Einstellungen der Rezipienten zu demselben Objekt sowie die Selbsteinschätzung der Rezipienten

1) Vgl.: BESSLER, H.: Zur Theoriebildung in der Massenkommunikationsforschung, a.a.O., S. 76.

als Determinanten im Wirkungsprozeß aufgeführt. Die Berücksichtigung der Antizipation von Aussagenmerkmalen durch die Rezipienten konnte nach der Anlage des in der vorliegenden Untersuchung durchgeführten Experiments unterbleiben, weil die Versuchspersonen unter den hier gegebenen besonderen Umständen keine Erwartungen über die Aussage, mit denen sie in dem Experiment konfrontiert wurden, bilden konnten.¹⁾

Während BESSLER mit seinem Programm also allgemeine Rahmenanweisungen für die Formulierung von Hypothesen entwickelte, soll in der vorliegenden Arbeit der Versuch unternommen werden, durch die Bildung und Überprüfung spezieller Hypothesen aus diesem Programm Kenntnisse über das Zusammenwirken der Determinanten in den Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation zu erhalten. Eine solche Vorgehensweise trägt dazu bei, jenes Programm nach und nach auszufüllen, indem es mit empirischen Ergebnissen über den Einfluß verschiedener Determinanten bzw. Determinantenkombinationen quasi "angereichert" wird. Gleichzeitig kann die vorliegende Untersuchung, wie bereits angedeutet, als eine erste Prüfung jenes Programms im Hinblick auf seine Brauchbarkeit und Zweckmäßigkeit angesehen werden.

Mit dieser Arbeit werden demnach vor allem zwei Ziele verfolgt: Einmal werden spezielle Hypothesen aufgestellt, die mit dem Einstellungsbegriff arbeiten und die vor dem Hintergrund jenes eben beschriebenen Programms zu sehen sind. Zum anderen wird die Untersuchung dieser Hypothesen auf der Grundlage eines

1) Vgl. hierzu die Ausführungen über die Durchführung des Experiments in Abschnitt 46.

theoretischen Ansatzes durchgeführt, der einen relativ hohen Allgemeinheitsgrad besitzt. Damit wird der Versuch unternommen, die speziellen Ergebnisse der Untersuchung über die Wirkungen der Massenkommunikation mit Hilfe einer allgemeinen Theorie menschlichen Verhaltens zu erklären.

3 Der theoretische Ansatz der Untersuchung

Im folgenden werden die Theorien bzw. die theoretischen Überlegungen, welche die Grundlage für die in dieser Arbeit durchgeführte empirische Untersuchung bilden, zunächst in allgemeiner Form vorgetragen. Dies geschieht im wesentlichen nur soweit, wie die in abstrakter Form gehaltenen Aussagen der theoretischen Ansätze für den konkreten Fall des hier durchgeführten Experiments von Bedeutung sind. Dennoch müssen zur allgemeinen Verständigung zunächst einige Grundbegriffe sowie einige der mit ihrer Hilfe formulierten Hypothesen erläutert werden. Im Anschluß daran werden die in der vorliegenden Untersuchung verwendeten Variablen beschrieben und ihre Auswahl begründet. In einem weiteren Abschnitt dieses Kapitels werden zahlreiche der bisher vorliegenden Arbeiten, deren Fragestellungen mit der hier behandelten Problematik in engem Zusammenhang stehen, erörtert. Hierbei werden u.a. die jeweils verwendeten theoretischen Konzepte, zu denen vielfach die Dissonanztheorie gehört, diskutiert. Im letzten Abschnitt dieses Kapitels sollen schließlich die zu prüfenden Hypothesen der vorliegenden Studie vor dem Hintergrund der diskutierten theoretischen Ansätze formuliert werden.

31 Die Konsistenzmodelle unter besonderer Berücksichtigung des Dissonanzmodells

Zu den neueren theoretischen Ansätzen bei der Erklärung und Voraussage der Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten gehören die Konsistenzmodelle. Mit dieser Bezeichnung werden Theorien erfaßt,

die trotz unterschiedlichen speziellen Aussagegehalts und unterschiedlicher Präzision ihre gemeinsame Grundlage in der Überlegung haben, daß Individuen danach trachten, zwischen ihren Einstellungen bzw. ihren Einstellungen und den daraus resultierenden Verhaltensweisen Konsistenz zu erreichen. BLEDJIAN¹⁾ erörterte in seiner Arbeit die wichtigsten Konsistenzmodelle und unternahm den Versuch, einige Ergebnisse der Wirkungsforschung, insbesondere der Forschung über den Einfluß der präkommunikativen Einstellungsstruktur des Rezipienten auf die Bildung und Änderung von Einstellungen mit Hilfe jener Konsistenzmodelle zu interpretieren.

Zu den Konsistenzmodellen werden in der Regel vor allem folgende theoretische Ansätze gezählt: Das Gleichgewichtsmodell, das Kongruenzmodell, das Modell der affektiven-kognitiven Konsistenz sowie die Theorie der kognitiven Dissonanz.²⁾ Der diese theoretischen Ansätze vereinende Gedanke von der Tendenz zum Gleichgewicht stammt ursprünglich von HEIDER³⁾, der dann später, von der Gestaltpsychologie und den Überlegungen LEWINS⁴⁾ beeinflusst, seine Konzeption von der Gleichgewichtstheorie präziser formulierte.⁵⁾ Als Basisbegriffe der Theorie HEIDERS sind

-
- 1) Vgl.: BLEDJIAN, F.: Ergebnisse und neuere theoretische Ansätze über die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten, a.a.O.
 - 2) Eine übersichtliche, zusammenfassende Darstellung des Gleichgewichts-, Kongruenz- und Dissonanzmodells findet sich bei BROWN, R.: Models of Attitude Change, in: BROWN, R., E. GALANTER, E. H. HESS und G. MANDLER: New Directions in Psychology I, New York, Chicago, San Francisco, Toronto und London 1962, S. 3 ff. Vgl. hierzu auch die verschiedenen Abhandlungen bei FISHBEIN, M. (Hrsg.): Readings in Attitude Theory and Measurement, New York 1967.
 - 3) Vgl.: HEIDER, F.: Social Perception and Phenomenal Causality, in: Psychol. Rev. 51, 1944, S. 358 ff.
 - 4) Vgl.: LEWIN, K.: A Dynamic Theory of Personality, New York 1935; - ders.: Field Theory in Social Science, New York 1951.
 - 5) Vgl.: HEIDER, F.: The Psychology of Interpersonal Relations, a.a.O.

die Begriffe des kognitiven Gleichgewichts und des Mangels an Gleichgewicht in der Kognitionseinheit anzusehen. Ein Ungleichgewicht oder Mangel an Gleichgewicht tritt z.B. dann auf, wenn Person A erfährt, daß Person B, die von Person A gering eingeschätzt wird, etwas tut oder sagt, was den Einstellungen oder Wertungen von Person A entspricht. Die Elemente, zwischen denen derartige Beziehungen entstehen können, werden dabei als Teile einer Kognitionseinheit definiert. Eine Kognitionseinheit wiederum ist die Verbindung zwischen einem Individuum und seinem Handeln. Ein Verbrecher bildet eine Kognitionseinheit mit dem von ihm begangenen Verbrechen. Nach der zentralen Hypothese der HEIDERSchen Theorie führt ein Mangel an kognitivem Gleichgewicht in einer Kognitionseinheit zu der Tendenz, das Gleichgewicht wiederherzustellen. Dieses kann sowohl durch eine Änderung der Ansichten oder gefühlsmäßigen Einstellung als auch durch eine Veränderung der Kognitionseinheit geschehen. Eine Beseitigung des Mangels an Gleichgewicht auf die zuletzt genannte Art und Weise liegt z.B. dann vor, wenn angenommen wird, daß der Verbrecher für das begangene Verbrechen aus bestimmten Gründen nicht zur Rechenschaft gezogen werden kann.

Eine Weiterentwicklung und präzisere Formulierung erfuhr die HEIDERSche Gleichgewichtstheorie durch die theoretischen Überlegungen und empirischen Untersuchungen von ROSENBERG und ABELSON.¹⁾ Ausgehend von der Grundhypothese, nach der bei Existenz eines kognitiven Ungleichgewichts Individuen bestrebt sind, dieses zu beseitigen, weisen die Autoren vor allem auf die Notwendigkeit einer

1) Vgl.: ROSENBERG, M. J. und R. P. ABELSON: An Analysis of Cognitive Balancing, a.a.O.

vorausgegangenen Wahrnehmung des Ungleichgewichts durch das Individuum hin. Unentdeckte, nicht bewußt gewordene Ungleichgewichte führen nach ROSENBERG und ABELSON nicht zu einer Wiederherstellung des Gleichgewichts. Eine derartige Präzisierung des Gleichgewichtsmodells findet sich weder bei HEIDER noch bei anderen Konsistenztheoretikern. Darüber hinaus stellen die Autoren eine weitere Hypothese darüber auf, für welche der vorhandenen Möglichkeiten, den Mangel an Gleichgewicht zu beseitigen, sich das Individuum jeweils entscheidet. In Experimenten wurde die Vermutung bestätigt, daß diejenige Möglichkeit zur Reduktion des Ungleichgewichts vom Individuum bevorzugt würde, die ihm am mühelosesten erscheint. Gemäß einer dritten geprüften und bestätigten Hypothese zeigte sich, daß Individuen danach trachten, neben einer reibungslosen Wiederherstellung des kognitiven Gleichgewichts auch eine Maximierung des potentiellen Nutzens und eine Minimierung des potentiellen Schadens zu erreichen.¹⁾

Ein weiterer theoretischer Ansatz zur Erklärung und Voraussage von Einstellungsänderungen ist in dem von OSGOOD und TANNENBAUM²⁾ entwickelten Kongruenzmodell zu sehen. Dieses Modell³⁾ ist dem Gleichgewichtsmodell sehr ähnlich, unterscheidet sich aber vor allem in seinem hohen Grad an Präzision nicht nur von diesem, sondern auch von allen anderen Konsistenztheorien. Die Kongruenz bzw. Inkongruenz

-
- 1) Vgl. hierzu auch: BLEDJIAN, F.: Ergebnisse und neuere theoretische Ansätze über die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten, a.a.O., S. 152.
 - 2) Vgl.: OSGOOD, Ch. E. und P. H. TANNENBAUM: The Principle of Congruity and the Prediction of Attitude Change, a.a.O.
 - 3) Bei den Ausführungen hierzu wird vor allem der Darstellung BROWNS gefolgt.
Vgl.: BROWN, R.: Models of Attitude Change, a.a.O., S. 14 ff.

bezieht sich auf die Einstellungen eines Individuums gegenüber bestimmten Einstellungsobjekten. Zwischen diesen Einstellungsobjekten bestehen Verbindungen - "bonds" -, die entweder assoziativ oder dissoziativ sein können. Eine assoziative Verbindung z.B. liegt vor, wenn Chrustschow den Kommunismus oder Eisenhower die Demokratie lobt, während in dem Falle, daß Chrustschow die Demokratie und Eisenhower den Kommunismus unterstützte, eine dissoziative Verbindung zwischen den jeweiligen Einstellungsobjekten vorhanden wäre. Ob eine Kongruenz oder eine zu einer Einstellungsänderung führende Inkongruenz vorliegt, wird nach der Ansicht der Autoren darüber hinaus weiter bestimmt durch Richtung und Extremität der Einstellungen zu den angesprochenen Einstellungsobjekten. Danach liegt eine Inkongruenz einmal dann vor, wenn assoziative Verbindungen zwischen positiv oder negativ bewerteten Einstellungsobjekten mit unterschiedlicher Extremität bestehen und zum anderen dann, wenn dissoziative Verbindungen zwischen Einstellungsobjekten mit unterschiedlicher Richtung und unterschiedlicher Extremität vorhanden sind. Derartig charakterisierte Zustände veranlassen das Individuum die Inkongruenz zu reduzieren und eine Kongruenz seiner Einstellungsstruktur anzustreben. Dabei wird diejenige Einstellung am wenigsten verändert werden, die im Vergleich zu der anderen Einstellung extremer ist, also weiter von einem neutralen Nullpunkt entfernt ist. Die Berücksichtigung dieser Überlegung von der Veränderbarkeit einer Einstellung in Abhängigkeit von ihrer Extremität ist neu in der Kongruenztheorie und erhöht ihren Aussagegehalt.

Auf das Modell der affektiven-kognitiven Konsistenz von ROSENBERG¹⁾ soll an dieser Stelle nicht näher eingegangen werden. Während sich die bereits diskutierten Modelle auf die Konsistenz zwischen Einstellungen zu verschiedenen Einstellungsobjekten und die Dissonanztheorie sowohl hierauf als auch auf die Verbindung zwischen Einstellungen und Verhalten beziehen, ist in dem von ROSENBERG entwickelten Ansatz die Konsistenz zwischen der affektiven und der kognitiven Komponente einer Einstellung zu einem bestimmten Einstellungsobjekt Gegenstand der Diskussion. Die Aussagen eines derartigen theoretischen Ansatzes aber sind jedoch für die im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten Studie nicht von Bedeutung, weil die Folgen einer Konsistenz oder Inkonsistenz zwischen verschiedenen Komponenten der Einstellung hier nicht untersucht werden.

Das in den Sozialwissenschaften am meisten beachtete und mithin bekannteste Modell ist die Theorie der kognitiven Dissonanz von FESTINGER²⁾. Das von ihm entwickelte Konzept bildet im wesentlichen die theoretische Grundlage der hier durchgeführten empirischen Untersuchung. Deshalb wird diese Konsistenztheorie hier ausführlicher dargestellt als die anderen. Darüber hinaus sollen der verhaltenstheoretische Ansatz MALEWSKIS³⁾ sowie eine im Zusammenhang mit den Konzepten FESTINGERS und MALEWSKIS relevante Abhandlung von OPP⁴⁾ hier erläutert werden.

1) Vgl.: ROSENBERG, M. J.: A Structural Theory of Attitude Dynamics, in: Publ. Op. Quart. 24, 1960, S. 319 - 340; - ders.: An Analysis of Affective-Cognitive Consistency, in: HOVLAND, C. I. und M. J. ROSENBERG (Hrsg.): Attitude Organization and Change, a.a.O.

2) Vgl.: FESTINGER, L.: A Theory of Cognitive Dissonance, a.a.O.

3) Vgl.: MALEWSKI, A.: Verhalten und Interaktion, a.a.O.

4) Vgl.: OPP, K. D.: Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung, in: Psychol. Rundschau 19, 1968, S. 189 - 202.

Grundbegriffe der Theorie FESTINGERS sind die Termini "kognitive Dissonanz" bzw. "kognitive Konsonanz". Unter kognitiver Dissonanz versteht FESTINGER eine Unvereinbarkeit von Überzeugungen, wobei das Wort Überzeugung auch durch solche Ausdrücke wie Haltung, Ansicht, Wissen, Erkenntnis, Einstellung usw. ersetzt werden kann.¹⁾ Dem Modell FESTINGERS liegt ebenso wie den Modellen aller anderen Konsistenztheoretiker die Annahme zugrunde, daß Individuen nach Konsonanz zwischen ihren Kognitionen streben und diese Konsonanz zu erhalten suchen. Auf der Grundlage dieser und weiterer zusätzlicher Annahmen schuf FESTINGER ein umfangreiches System von Aussagen, mit denen zahlreiche Phänomene aus verschiedenen sozialen Bereichen erklärt und vorausgesagt werden können. In vielfachen empirischen Untersuchungen wurden diese Aussagen zudem geprüft und bestätigt.²⁾

Bei dem Streben eines Individuums nach kognitiver Konsonanz unterscheidet FESTINGER drei Möglichkeiten:

1. Das Individuum kann eine Konsonanz zwischen seinen Einstellungen erreichen wollen; 2. es kann diesen Zustand der Harmonie zwischen seinen Einstellungen und seinen Verhaltensweisen wünschen; 3. es kann schließlich auf kognitive Konsonanz zwischen seinen Verhaltensweisen bedacht sein.

1) Vgl. die Interpretation der FESTINGERSchen Theorie bei MALEWSKI, A.: Verhalten und Interaktion, a.a.O., S. 76.

2) Vgl. hierzu vor allem: FESTINGER, L.: Conflict, Decision and Dissonance, Stanford 1964; - BREHM, J. W. und A. R. COHEN: Explorations in Cognitive Dissonance, New York 1962; - LAWRENCE, D. H. und L. FESTINGER: Deterrents and Reinforcement, Stanford 1962.

Ein Beispiel zu jeder dieser Möglichkeiten soll den Zusammenhang verdeutlichen: 1. Hat jemand eine negative Einstellung gegenüber Juden, so ist anzunehmen, daß er auch gegenüber der zionistischen Bewegung negativ eingestellt ist. 2. Hegt jemand Präferenzen für eine bestimmte Zahnpastasorte, so ist es sehr wahrscheinlich, daß er diese Sorte auch kaufen wird. 3. Kauft sich jemand eine Kinokarte, so ist zu vermuten, daß er auch ins Kino geht. - Den Konsistenztheoretikern bzw. den mit dem Einstellungsbegriff arbeitenden Forschern wird vielfach entgegengehalten, daß nicht zuverlässig von dem Verhalten einer Person auf ihre Einstellungen geschlossen werden könne. Das theoretische Konzept FESTINGERS bietet diesbezüglich keinen Ansatzpunkt zur Kritik. Denn mit Hilfe einer expliziten Aufführung von mehreren Bedingungen werden hier Situationen bestimmt, in denen sich Einstellungen und Verhalten decken.

Die von den Individuen erstrebte Konsonanz zwischen ihren Kognitionen oder kognitiven Elementen läßt sich, wie schon angedeutet, auch als Konsonanz zwischen Einstellungen interpretieren. Bei FESTINGER findet sich keine eindeutige Definition der kognitiven Elemente. Aufgrund der von ihm angeführten Beispiele läßt sich jedoch annehmen, daß hierunter Meinungen, Kenntnisse und Glaubensvorstellungen ebenso wie Normen und Werte verstanden werden. Da Einstellungen in der vorliegenden Arbeit als theoretische Konstrukte beschrieben werden, die aus einer kognitiven, affektiven und aus einer Handlungskomponente bestehend gedacht werden können, läßt sich jede der angeführten Bezeichnungen auch durch den Einstellungsbegriff ersetzen.

Eine kognitive Konsonanz oder Dissonanz ist eine Relation zwischen mindestens zwei kognitiven Elementen bzw. Einstellungen. Dabei lassen sich drei Arten von Beziehungen

zwischen diesen Elementen unterscheiden: Die Beziehung kann einmal konsonant sein, sie kann dissonant und sie kann irrelevant sein. Konsonant ist eine Relation dann, wenn das eine kognitive Element aus dem anderen folgt, wobei das Individuum das Auftreten dieser beiden Elemente dann als angenehm empfindet. Ein Beispiel hierfür: Person X hält ein ihr gemachtes Angebot für sehr günstig, Person X nimmt das Angebot an. Dissonant ist eine Beziehung dann, wenn aus dem einen Element die Negation des anderen folgt. In diesem Fall besteht keine Harmonie, das Auftreten beider kognitiven Elemente wird von dem Individuum als unbehaglich empfunden. Person X hält ein ihr gemachtes Angebot für sehr günstig, Person X lehnt das Angebot ab. Eine Relation ist irrelevant, wenn vom Individuum kein Zusammenhang zwischen den kognitiven Elementen wahrgenommen wird. Zum Beispiel: Person X hält ein ihr gemachtes Angebot für sehr günstig, Person X lehnt die Mitbestimmung für Arbeitnehmer ab.

In dem theoretischen Ansatz von FESTINGER werden weiterhin Aussagen gemacht über die Voraussetzung für die Entstehung dissonanzreduzierender Situationen, über die Möglichkeiten, die Dissonanz zu reduzieren und über Faktoren, die die Wahl der Reduktionsart bestimmen. Im folgenden sollen die einzelnen Hypothesen der Theorie FESTINGERS, soweit sie für die Fragestellung des im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Experiments relevant sind, dargestellt werden.

Folgende Aussagen werden von FESTINGER als die Basis-hypothesen der Theorie bezeichnet:¹⁾

1) Es wird versucht, die Formulierung FESTINGERS möglichst genau wiederzugeben; wo das problematisch ist, wird der englische Ausdruck in Klammern hinzugefügt.

1. Das Vorhandensein von Dissonanz wird von einem Individuum als störend empfunden ("psychologically uncomfortable") und wird es motivieren, den Versuch zu unternehmen, die Dissonanz zu reduzieren und Konsonanz zu erreichen.¹⁾
2. Wenn Dissonanz vorhanden ist, wird ein Individuum neben dem Versuch, diese zu reduzieren, zusätzlich Aktivität zeigen, um Situationen und Informationen zu meiden, die geeignet sein können, die Dissonanz zu vergrößern.²⁾

In diesen Hypothesen zeigt sich deutlich, daß die kognitive Dissonanz als ein motivationaler Faktor verstanden werden soll, was von den nachfolgenden Ausführungen FESTINGERS noch näher erläutert und unterstrichen wird. Der Autor schreibt: "Cognitive dissonance can be seen as an antecedent condition which leads to activity oriented toward dissonance reduction just as hunger leads to activity oriented toward hunger reduction."³⁾

Die dritte Hypothese FESTINGERS bezieht sich auf die Reduktion der Dissonanz:

3. Die Stärke des Drucks in Richtung auf eine Reduktion der Dissonanz ist eine Funktion der Größe der Dissonanz. Diese Hypothese wurde von OPP präzisiert und explizit als je-desto Satz formuliert: "Je größer die perzipierte Dissonanz zwischen kognitiven Elementen ist, desto eher versuchen Personen, Dissonanz zu reduzieren und Konsonanz zu erreichen."⁴⁾ OPP spricht nicht nur von kognitiver Dissonanz,

1) Vgl.: FESTINGER, L.: A Theory of Cognitive Dissonance, a.a.O., S. 3.

2) ebenda

3) ebenda

4) OPP, K. D.: Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung, a.a.O., S. 190.

sondern präziser von "perzipierter kognitiver Dissonanz". Dieser Formulierung liegt die zweifellos richtige Überlegung zugrunde, daß dem Auftreten dissonanzreduzierender Handlungen die Wahrnehmung der Dissonanz durch den Akteur und nicht durch den Beobachter notwendigerweise vorausgehen muß. Im Gegensatz zur Dissonanztheorie ist dieser Gedanke, wie bereits ausgeführt, in dem von ROSENBERG und ABELSON entwickelten Gleichgewichtsmodell enthalten.

Die folgende Hypothese sagt etwas über einen Faktor aus, der die Stärke der empfundenen Dissonanz bestimmt.

4. Je bedeutsamer die kognitiven Elemente sind, zwischen denen eine Dissonanz entsteht, desto stärker die Dissonanz.

Über die Arten der Dissonanzreduktion kann folgendes gesagt werden:

5. Wenn eine dissonante Beziehung vorliegt, so kann ein Individuum diese theoretisch auf folgende Art und Weise reduzieren bzw. weitere Dissonanz vermeiden:¹⁾
 - a) durch Veränderung eines oder mehrerer kognitiver Elemente, die die Dissonanz hervorrufen,
 - b) durch Vermehrung der kognitiven Elemente, die sich in Konsonanz mit bereits vorhandenen kognitiven Elementen befinden,
 - c) dadurch, daß die Bedeutung einer bestehenden kognitiven Dissonanz "heruntergespielt" wird, oder die dissonante Beziehung "verdrängt" wird, oder das Individuum sich davon zu überzeugen sucht, die Dissonanz existiere nur scheinbar.

1) Vgl. hierzu auch BLEDJIAN, F.: Ergebnisse und neuere theoretische Ansätze über die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten, a.a.O., S. 169.

Bei den genannten Alternativen handelt es sich lediglich um die rein logischen mehr oder weniger abstrakt formulierten Möglichkeiten, die Dissonanz zu reduzieren.¹⁾ In der Empirie sind nun zahlreiche Reduktionsarten denkbar, die zwar aus den logischen Möglichkeiten ableitbar sein müssen, aber dennoch konkret in sehr unterschiedlichen Reaktionsweisen bestehen können. Um in einem Experiment Voraussagen machen zu können, ist es daher erforderlich, die empirisch möglichen Verhaltensweisen jeweils vorher zu analysieren.²⁾

Für welche der vorhandenen Reduktionsarten sich das Individuum entscheidet, darüber gibt eine von OPP präzi-sierte Hypothese FESTINGERS Auskunft:

6. "Je positiver eine Person eine perzipierte Möglichkeit, Dissonanz zu reduzieren oder zu vermeiden, bewertet, desto eher wird sie diese Möglichkeit realisieren."³⁾

1) Dabei zielen die unter 5c genannten Reduktionsarten eigentlich mehr darauf ab, eine kognitive Dissonanz gar nicht erst in vollem Umfang zu perzipieren als eine vollauf bewußt gewordene Dissonanz zu reduzieren. Zumindest scheint die Frage bisher nicht zufriedenstellend beantwortet worden zu sein, in welchem Maße bei diesen "Reduktionsarten" ein Wahrnehmungsprozeß stattgefunden hat bzw. in welchem Maße eine Wahrnehmung erfolgt sein muß, bevor von einer echten Reduktion die Rede sein kann. Diese Schwierigkeiten der Abgrenzung mögen ein Grund dafür sein, daß die unter 5c aufgeführten Möglichkeiten in empirischen Studien bisher nur eine geringe Rolle spielen. Eine baldige Klärung dieser Fragen ist jedoch äußerst wichtig. Aber bevor dieses Abgrenzungsproblem nicht in befriedigender Weise gelöst ist, erscheint eine Verwendung dieser "Reduktionsarten" nicht zweckmäßig. Im weiteren Verlauf dieser Arbeit werden sie daher auch nicht weiter berücksichtigt.

2) Vgl. hierzu auch: OPP, K. D.: Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung, a.a.O., S. 193 f.

3) ebenda, S. 190.

Wie an anderer Stelle bereits ausgeführt, hatten ROSENBERG und ABELSON¹⁾ in verschiedenen empirischen Studien festgestellt, daß die Probanden den Weg zur Beseitigung des Ungleichgewichts einschlugen, der ihnen im Vergleich zu den übrigen Möglichkeiten am mühelosesten vorkam. Aufgrund der Affinität zwischen dem Gleichgewichtsmodell und der Dissonanztheorie sowie aufgrund der empirischen Bestätigung dieser Hypothese erscheint es gerechtfertigt, von einer derartigen Annahme bei der Erklärung verschiedener Verhaltensweisen auszugehen.²⁾

FESTINGER und seine Mitarbeiter analysierten verschiedene Situationen, in denen Dissonanz auftreten kann. BLEDDJIAN³⁾ stellte in seiner Arbeit vier solcher dissonanzhervorbringenden Situationen dar, von denen aber nur eine beschrieben werden soll, weil nur diese im Zusammenhang mit den hier zu prüfenden Hypothesen relevant ist. Im Kommunikations- bzw. Massenkommunikationsprozeß tritt die folgende Situation sehr häufig auf: "Personen werden freiwillig, vor allem aber unfreiwillig oder zufällig, neuen Informa-

1) Vgl.: ROSENBERG, M. J. und R. P. ABELSON: An Analysis of Cognitive Balancing, a.a.O.

2) Zur Erörterung der verschiedenen Möglichkeiten der Beseitigung oder Reduktion von Inkonsistenzen vgl.: ABELSON, R. P.: Modes of Resolution of Belief Dilemmas, in: Journal of Conflict Resolution, Bd. 3, 1959, S. 343 ff., erneut abgedruckt in: FISHBEIN, M. (Hrsg.): Readings in Attitude Theory and Measurement, a.a.O., S. 349 ff.

3) Vgl.: BLEDDJIAN, F.: Ergebnisse und neuere theoretische Ansätze über die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten, a.a.O., S. 170 f.

tionen ausgesetzt. Die neuen kognitiven Elemente bezüglich eines Einstellungsobjektes, die z.B. in einer Aussage der Überredungskommunikation enthalten sind, können dissonant sein, d.h. den präkommunikativen Einstellungen des Rezipienten zu diesem Objekt widersprechen."¹⁾

Die Beobachtung, daß in einer derartigen Situation eine kognitive Dissonanz entsteht, ermöglicht die Anwendung der Dissonanztheorie bei der Erklärung und Voraussage der Wirkungen der Kommunikation.

Obwohl die Theorie der kognitiven Dissonanz einen relativ hohen Allgemeinheitsgrad besitzt, ist jedoch zu vermuten, daß sie nur unter bestimmten Bedingungen gilt, die wiederum aus einer noch allgemeineren Theorie abgeleitet werden müssen. Zu diesen Bedingungen wird vor allem das Bedürfnis zu rechnen sein, Dissonanz überhaupt zu reduzieren. Denn wenn eine kognitive Dissonanz zwar empfunden wird, aber kein Bedürfnis besteht, diese zu reduzieren, dann können aufgrund der Dissonanztheorie keine Voraussagen für das Verhalten gemacht werden. Realistischer als das Nichtvorhandensein eines derartigen Bedürfnisses scheint jedoch die Annahme zu sein, daß das Bedürfnis nach Reduktion der Dissonanz bei verschiedenen Personen lediglich in unterschiedlichem Maße vorhanden ist. Auf diesen Umstand ist bereits mehrfach hingewiesen worden. Dabei erscheint es plausibel anzunehmen, daß die Stärke des Konsonanzbedürfnisses wiederum abhängig ist von verschiedenen Einstellungen, wie z.B. von der Selbsteinschätzung bzw. von eventuell mit der Selbsteinschätzung korrelierenden Persönlichkeitsfaktoren.

1) BLEDJIAN, F.: Ergebnisse und neuere theoretische Ansätze über die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten, a.a.O., S. 171.

32 Das theoretische Konzept MALEWSKI's

Der verhaltenstheoretische Ansatz MALEWSKI's wird hier nur insoweit dargestellt, als es für die im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten empirischen Untersuchung relevant ist. Eine allgemeine Erörterung dieses Konzeptes erscheint in diesem Zusammenhang nicht erforderlich. Daher soll neben einer Beschreibung der Grundbegriffe der Verhaltenstheorie vor allem ihr Verhältnis zur Theorie der kognitiven Dissonanz behandelt werden.¹⁾

Grundbegriffe der Verhaltenstheorie sind die Bezeichnungen Belohnung, Bestrafung, Motivation. MALEWSKI schließt sich in seiner Arbeit der in der Literatur häufig vertretenen Auffassung an, nach der zwischen dem Begriff "Belohnung" und dem Begriff "Motivation" ein enger Zusammenhang besteht. Gemäß dieser Auffassung wirkt ein bestimmtes Ereignis als Belohnung, wenn es eine Motivation reduziert. Je stärker die Motivation war und je besser sie reduziert wurde, um so größer ist die Belohnung. Dabei gibt es primäre und sekundäre Motivationen. Bei den primären handelt es sich um solche Zustände wie Hunger, Durst, Schmerz usw., sekundäre Motivationen dagegen sind erlernt. "Das Vorenthalten einer Belohnung wirkt wie eine Bestrafung, das Vermeiden einer Strafe wie eine Belohnung."²⁾ Die so charakterisierte enge Beziehung zwischen Belohnung und Bestrafung bedeutet, daß zur Bestimmung dieses Begriffspaares nur der eine (in diesem Fall der Begriff Belohnung) definiert zu werden braucht,

1) Die folgenden Ausführungen stützen sich im wesentlichen auf die entsprechenden Darlegungen bei MALEWSKI, A.: Verhalten und Interaktion, a.a.O., S. 52 - 56, S. 84 - 104.

2) ebenda, S. 52.
Diese Beschreibung übernahm MALEWSKI von HILGARD und MARQUIS.
Vgl.: HILGARD, E. R. und D. G. MARQUIS: Conditioning and Learning, Methuen und London 1961, S. 71.

um auch den anderen einzuführen. Demgemäß stellt, wenn die Reduktion einer Motivation eine Belohnung ist, die Motivation selbst eine Bestrafung dar.

Nach den Worten FESTINGERS ist die kognitive Dissonanz als ein motivierender Faktor anzusehen. Da die Motivation in der Terminologie MALEWSKIs als Strafe erscheint, wirkt also eine kognitive Dissonanz bestrafend. Das heißt, daß die Theorie FESTINGERS mit Hilfe der Begriffe "Belohnung" und "Bestrafung" interpretiert werden kann. Die von MALEWSKI umformulierte Grundkonzeption der Theorie FESTINGERS lautet dann: Eine kognitive Dissonanz wirkt als Strafe, die Reduktion oder Vermeidung einer kognitiven Dissonanz jedoch als Belohnung.¹⁾

Nach der Auffassung MALEWSKIs unterliegt die Dissonanztheorie einigen Einschränkungen, da sie zu jenen Theorien gehört, die auf der Annahme nur einer Belohnungsart beruhen. MALEWSKI betrachtet jedoch die Reduktion der kognitiven Dissonanz nur als eine unter mehreren Belohnungsarten, welche für das Verhalten bestimmend sein kann.²⁾ In diesem Zusammenhang versucht MALEWSKI nachzuweisen, daß viele Ergebnisse, die mit Hilfe der Dissonanztheorie erklärt werden, auch auf die Einflußnahme einer anderen Motivationsart zurückgeführt werden können bzw. bestimmte Verhaltensweisen ausschließlich durch andere Belohnungsarten als die der Dissonanzreduktion determiniert werden. Eine dieser Belohnungsarten, welche mit dem Streben nach Konsistenz in Konflikt geraten kann, ist die "Erhöhung des eigenen Wertes". Nach der Auffassung MALEWSKIs be-

1) Vgl.: MALEWSKI, A.: Verhalten und Interaktion, a.a.O., S. 73.

2) FESTINGER weist jedoch, wie auch MALEWSKI erwähnt, darauf hin, daß er die Bedeutung anderer Motivationen in ihrem Verhältnis zu dem Streben nach kognitiver Konsonanz nicht berücksichtigt hat.
Vgl.: FESTINGER, L.: A Theory of Cognitive Dissonance, a.a.O., S. 276.
Vgl. auch: MALEWSKI, A.: Verhalten und Interaktion, a.a.O., S. 103.

steht für jedes Individuum neben dem Bedürfnis nach kognitiver Konsonanz ein Bedürfnis nach Selbstachtung; eine Stärkung des Eigenwertgefühls empfindet es als Belohnung.

Wenn die Folgerung richtig ist, daß eine Reihe von Verhaltensweisen, die mit Hilfe der Dissonanztheorie erklärt werden, auch mittels einer anderen Belohnungsart, z.B. durch Bestätigung oder Erhöhung des eigenen Wertes, erklärt werden können, dann lassen sich nach MALEWSKI drei Situationsarten voneinander unterscheiden:

- "1. Situationen, in denen dissonanzreduzierende Verhaltensweisen zugleich in anderer Weise belohnt werden;
2. Situationen, in denen dissonanzreduzierende Verhaltensweisen weder andere Formen von Belohnungen noch von Bestrafungen einbringen;
3. Situationen, in denen dissonanzreduzierende Verhaltensweisen gleichzeitig noch anderweitig bestraft werden."¹⁾

Um den Geltungsbereich der Dissonanztheorie zu bestimmen, sind vor allem die Situationen 2 und 3 relevant. In verschiedenen Experimenten, die von MALEWSKI und seinen Mitarbeitern durchgeführt wurden, sind denn auch gerade diese Situationen untersucht worden. Hierbei wurden empirische Daten im Hinblick auf das Akzeptieren dissonanzreduzierender, aber negativer Überzeugungen gesammelt. Aus den Untersuchungen ging hervor, daß es neben dem Bedürfnis nach kognitiver Konsonanz ein Bedürfnis nach Erhöhung des eigenen Wertes gibt, das mit dem ersteren konkurrieren kann. Die Experimente zeigten fernerhin, daß

1) MALEWSKI, A.: Verhalten und Interaktion, a.a.O., S. 97.

Personen häufig nicht ihre kognitive Dissonanz reduzierten, sondern stattdessen eine höhere positive Selbstbewertung erstrebten.¹⁾

33 Die Selbstbewertungs-Hypothese und ihr Verhältnis zur Dissonanztheorie

Die kritischen Einwände, die MALEWSKI und seine Mitarbeiter gegenüber der Dissonanztheorie vorbrachten, konzentrieren sich also auf die Berücksichtigung vor allem einer weiteren Belohnungsart und führten zu der Annahme, daß Individuen bei Verhaltensentscheidungen möglicherweise sogar Präferenzen für die Belohnungsart der Erhöhung des eigenen Wertes aufweisen. Um das zu prüfen, ging FRENTZEL in ihrer Untersuchung von folgender Hypothese aus: "The desire to strengthen one's self-esteem is a motivating factor stronger than the desire for the reduction of cognitive dissonance."²⁾ Diese als Selbstbewertungs-Hypothese bekannte Annahme konnte durch mehrere Untersuchungen vorläufig bestätigt werden.³⁾

Es hat den Anschein, daß aufgrund dieser Hypothese die Dissonanztheorie modifiziert werden müßte.⁴⁾ Denn eine der Aussagen dieser Theorie besagt, daß Personen bestrebt

1) Vgl. hierzu: MALEWSKI, A.: The Influence of Positive and Negative Self-Evaluation on Postdecisional Dissonance, in: Polish Sociological Bulletin, H 2, 1962, S. 39 - 49; - FRENTZEL, J.: Cognitive Consistency and Positive Self-Concept, in: Polish Sociological Bulletin, Bd. 11, 1965, S. 71 - 86; - GRZELAK, J.: Reduction of Cognitive Dissonance and Self-Esteem, in: Polish Sociological Bulletin, Bd. 11, 1965, S. 87 - 97, alle zitiert nach: OPP, K.D.: Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung, a.a.O., S. 189.

2) FRENTZEL, J.: Cognitive Consistency and Positive Self-Concept, a.a.O., S. 73, zitiert nach: OPP, K.D.: Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung, a.a.O., S. 189.

3) Vgl. die in Fußnote 1) aufgeführten Untersuchungen.

4) Vgl. hierzu auch: OPP, K.D.: Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung, a.a.O., S. 190.

sind, ihre kognitive Dissonanz zu reduzieren, und das soll grundsätzlich heißen, daß dieser Wunsch i m m e r vorhanden ist. Wenn demgegenüber jedoch die Aussage besteht, daß der Wunsch nach positiver Selbstbewertung stärker - und deterministisch formuliert also immer stärker - ist als der Wunsch nach kognitiver Konsonanz, so gilt die Dissonanztheorie offensichtlich nur unter der Bedingung, daß keine andere Belohnungsart eine höhere Anziehungskraft besitzt als die Reduktion der kognitiven Dissonanz. Diese Bedingung aber würde den Geltungsbereich der Dissonanztheorie einschränken. Ob eine Modifikation erforderlich ist, oder ob die Selbstbewertungs-Hypothese möglicherweise mit den Aussagen der Dissonanztheorie vereinbar ist, wurde von den genannten Kritikern dieser Theorie nicht untersucht.

In seinem bereits mehrfach zitierten Aufsatz versuchte OPP¹⁾ zu zeigen, daß die Selbstbewertungs-Hypothese die Theorie FESTINGERS nicht nur nicht widerlegt, sondern eine weitere Bestätigung der Dissonanztheorie darstellt. Zu diesem Zweck unternahm es OPP, die Selbstbewertungs-Hypothese in ihrer allgemeinen Formulierung aus der Theorie der kognitiven Dissonanz logisch abzuleiten, um auf diese Weise den Nachweis zu führen, daß die Selbstbewertungs-Hypothese eine spezielle Aussage der Dissonanztheorie darstellt, die nur unter den sich aus der generellen Theorie ergebenden Bedingungen gilt. Im folgenden soll die von OPP durchgeführte Ableitung der Selbstbewertungs-Hypothese aus der Theorie der kognitiven Dissonanz in zusammengefaßter Form wiedergegeben werden.²⁾

1) Vgl.: OPP, K. D.: Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung, a.a.O.

2) Vgl. ebenda, S. 200 ff.

Gemäß der Selbstbewertungs-Hypothese ist der Wunsch, positive Selbstbewertung zu erreichen, ein stärkeres Motiv zum Handeln als der Wunsch, kognitive Dissonanz zu reduzieren. Durch Analyse des bereits zitierten Experiments von FRENTZEL versuchte OPP zu zeigen, daß Verhaltensweisen zur Erreichung positiver Selbstbewertung auch interpretiert werden können als Verhaltensweisen zur Reduktion von kognitiver Dissonanz.¹⁾ Die Erreichung positiver Selbstbewertung kann damit also die Realisierung kognitiver Konsonanz bedeuten. Ausgehend von dieser Überlegung läßt sich die Selbstbewertungs-Hypothese umformulieren: Wenn eine Person den Wunsch hat, positive Selbstbewertung zu erreichen, dann wird sie solche Handlungen ausführen, die ihrer Meinung nach geeignet sind, diese positive Selbstbewertung zu realisieren. Mit anderen Worten: Personen werden immer versuchen, eine konsonante Beziehung zwischen dem einen kognitiven Element (Wunsch nach positiver Selbstbewertung) und dem daraus folgenden kognitiven Element (Handlungen zur Erreichung positiver Selbstbewertung) zu erreichen. Beide Elemente können jedoch als Bestandteile eines kognitiven Elements, des Selbstbewertungselements S interpretiert werden. Personen handeln dann so, daß Konsonanz innerhalb der Bestandteile dieses Selbstbewertungselements S besteht. Das heißt, Personen wollen immer eine höhere Selbstbewertung erreichen, und zwar auch dann, wenn dadurch andere Elemente dissonant werden. Die umformulierte Hypothese lautet dann also: "Wenn das Element S dissonant ist mit einem anderen Element, dann verändern Personen dieses andere Element."²⁾

-
- 1) Es muß bis zu einer exakteren Prüfung dieser Frage dahingestellt bleiben, ob ein solches Vorgehen auch tatsächlich berechtigt ist.
 - 2) OPP, K. D.: Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung, a.a.O., S. 200.

Auch FRENTZEL wies jedoch darauf hin, daß die Selbstbewertungs-Hypothese sicherlich nicht immer gelte. Es erhebt sich daher die Frage, unter welchen Bedingungen die Hypothese gilt. Wie bereits erwähnt, leitete OPP diese Bedingungen aus der allgemeineren Theorie der kognitiven Dissonanz ab. Ein solches Vorgehen ist möglich, da die Erreichung positiver Selbstbewertung als Reduktion kognitiver Dissonanz interpretiert worden war. Da die wichtigsten Hypothesen der Dissonanztheorie im Rahmen des hier verwendeten theoretischen Ansatzes bereits aufgeführt wurden, sollen hier lediglich die daraus abgeleiteten Bedingungen genannt werden:

1. Die Selbstbewertungs-Hypothese gilt nur unter der Voraussetzung, daß eine Person den Wunsch hat, positive Selbstbewertung zu erreichen und diesen Wunsch bisher nicht realisiert hat.¹⁾
2. Die Person muß eine Dissonanz zwischen dem Selbstbewertungselement S und einem anderen Element X wahrnehmen.
3. Wahrnimmt eine Person Dissonanz zwischen dem Element X und einem oder mehreren anderen Elementen, welche zwar von Element S verschieden sind, aber mit diesem in dissonanter oder konsonanter Beziehung stehen, so wird die Person Element X nur dann ändern, wenn die Beibehaltung der Bestandteile von Element S positiver bewertet wird als die Beibehaltung der anderen Elemente.
4. Je größer die wahrgenommene Dissonanz zwischen Element S und Element X ist, desto eher wird eine Person versuchen, Element X zu ändern.

1) Auf die nach der hier vertretenen Auffassung notwendige Einschränkung dieser Bedingung soll im Abschnitt 363 noch näher eingegangen werden.

5. Wenn eine Person die Möglichkeit perzipiert, Element X zu verändern, dann wird sie gemäß Hypothese 6¹⁾ der Dissonanztheorie Element X durch solche Aktivitäten verändern, die sie am positivsten bewertet.

Unter Erfüllung dieser Bedingungen gilt die Selbstbewertungshypothese. Werden alle diese Bedingungen in die Hypothese aufgenommen, so kann sie in folgender Weise formuliert werden: "Wenn ein kognitives Element X dissonant ist mit Element S und wenn Element X konsonant mit einem oder mehreren anderen Elementen ist, gilt: Je positiver ein Akteur die Beibehaltung der Bestandteile des Elements S bewertet, und je stärker die Dissonanz zwischen Element X und Element S ist, desto eher wird er eine konsonante Beziehung zwischen Element X und Element S herstellen, wenn er die Möglichkeit perzipiert, Element X zu ändern."²⁾

Aufgrund dieser Überlegungen hat es den Anschein, daß die Selbstbewertungs-Hypothese mit den Aussagen der Dissonanztheorie vereinbar ist, wodurch sich eine Modifikation der Theorie in diesem Fall zunächst erübrigt. Dieser Zusammenhang bedarf aber noch der weiteren empirischen Überprüfung. Das im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführte Experiment ist auch unter diesem Aspekt zu sehen.

1) Vgl. hierzu S. 40 dieser Arbeit.

2) OPP, K. D.: Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung, a.a.O., S. 201.

34 Beschreibung der in der vorliegenden Untersuchung
verwendeten Variablen

341 Die Selbsteinschätzung der Rezipienten

3411 Vorbemerkung

In der sozialwissenschaftlichen Forschung tauchen die Begriffe "Selbst", "Selbstkonzept", "Selbsteinschätzung" etc. in verschiedenen Zusammenhängen auf. Etwas vereinfachend läßt sich sagen, daß man hier vor allem drei Forschungsbereiche unterscheiden kann¹⁾:

1. Beschreibende Studien zur Entwicklung des Selbstkonzepts. Hierbei handelt es sich um die Unterscheidung und Beschreibung bestimmter Phasen im Prozeß der Formung eines Selbstkonzepts bei den Individuen. Die Phasen in der Herausbildung eines Selbstkonzepts werden vor dem Hintergrund und in Wechselwirkung mit anderen Entwicklungsstufen des Individuums gesehen.²⁾

1) Vgl.: WYLIE, R. C., The Self Concept, Lincoln 1961, S. 118 f.

Vgl. hierzu auch den Aufsatz von WYLIE, welcher eine Zusammenfassung ihres Buches unter Berücksichtigung einiger weiterer Aspekte, insbesondere der Bedeutung des Selbstkonzepts für die Persönlichkeitstheorie, darstellt. WYLIE, R. C.: The Present Status of Self Concept, in: BORGATTA, E. F. und W. W. LAMBERT (Hrsg.): Handbook of Personality Theory and Research, Chicago 1968, S. 728 - 787.

2) Vgl.: WYLIE, R. C.: The Self Concept, a.a.O., S. 119 ff.; - SUPER, D. E.: Self Concepts in Vocational Development, in: SUPER, D. E., R. STARISHEVSKY, N. MATLIN und J. P. JORDAAN: Career Development: Self Concept Theory, New York 1963, S. 1 ff.

2. Untersuchungen über Variablen, von denen angenommen wird, daß sie die Entstehung des Selbstkonzepts beeinflussen können. In diesem Fall müssen Hypothesen gebildet werden, in denen die verschiedenen Ausprägungen des Selbstkonzepts die Resultante darstellen. Hierauf soll weiter unten noch eingegangen werden.
3. Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen dem Selbstkonzept von Individuen und deren Verhalten. Hierbei müssen Hypothesen aufgestellt werden, in denen verschiedene Ausprägungen des Selbstkonzepts allein oder im Zusammenhang mit anderen Variablen als Determinante(n) für die Reaktionen von Individuen auftreten. Die in der vorliegenden Untersuchung diskutierten Fragen gehören in diesen Bereich.

3412 Alternative Termini

In der sozialwissenschaftlichen Literatur wird im Rahmen der genannten drei Problemkreise abwechselnd gesprochen von: "Selbst" (self), "Selbsteinschätzung" (self-esteem), "Selbstkonzept" (self-concept), "Selbstannahme" (self-acceptance), "Selbstbild" (self-image), "Selbstbewertung" (self-evaluation), "Selbstvertrauen" (self-confidence), "Selbstbewußtsein" (self-assurance), um nur die gebräuchlichsten zu nennen. Von diesen scheint "Selbsteinschätzung" die am häufigsten verwendete Bezeichnung zu sein, welche vor allem in der Massenkommunikationsforschung überwiegend gewählt wird. Ob und in welcher Weise sich alle diese Begriffe in ihrer Bedeutung unterscheiden, soll im Rahmen dieser Arbeit nicht entschieden werden. Bei Durchsicht der Literatur zeigt sich, daß die Verwendung dieser Begriffe keineswegs einheitlich ist, und es entsteht der Eindruck, daß klare Abgrenzungen äußerst schwierig sind.

So werden von einigen Autoren z.B. die Begriffe "Selbstkonzept" und "Selbstbild" einerseits und die Ausdrücke "Selbsteinschätzung", "Selbstannahme" und "Selbstbewertung" andererseits synonym gebraucht, wobei die ersteren jeweils als die umfassenderen Begriffe angesehen werden. SUPER¹⁾ etwa weist auf die Bedeutung einer Differenzierung zwischen dem Selbstkonzept und der Selbsteinschätzung für die Forschungen zur Theorie des Selbstkonzepts hin und unterscheidet u.a. zwischen "Dimensionen" und "Metadimensionen" des Selbstkonzepts, wobei die Selbsteinschätzung als eine solche Metadimension bezeichnet wird. Bei den Dimensionen des Selbstkonzepts handelt es sich nach SUPER um "the dimensions of personality, the traits which people attribute to others and to themselves"²⁾. Die Metadimensionen hingegen, verstanden als die Dimensionen der Dimensionen des Selbstkonzepts, sind "the characteristics of the traits which people attribute to themselves"³⁾.

SHAW und WRIGHT⁴⁾, die sich wiederum auf andere Autoren beziehen, machen diese Unterschiede nicht und verstehen die von den Individuen entwickelten unterschiedlichen Konzeptionen gegenüber der eigenen Person als unterschiedliche Grade der Selbstannahme. Auch WYLIE⁵⁾ bezeichnet in ihrer Ergebnissammlung zu Forschungsarbeiten

1) Vgl. Definition des Selbstkonzepts bei: SUPER, D. E.: Toward Making Self-Concept Theory Operational, in: SUPER, D. E. u.a.: Career Development: Self-Concept Theory, a.a.O., S. 17 f.

2) ebenda, S. 24.

3) ebenda.

4) Vgl.: SHAW, M. E. und J. M. WRIGHT: Scales for the Measurement of Attitudes, a.a.O., S. 428.

5) Vgl.: WYLIE, R. C.: The Self Concept, a.a.O.

Über das Problem des Selbstkonzepts die Selbsteinschätzung bzw. Selbstannahme zwar als Aspekte des Selbstkonzepts, behandelt im übrigen jedoch die genannten Begriffe weitgehend als Synonyme. Beim Studium von Forschungsberichten über empirische Untersuchungen gewinnt man trotz z.T. uneinheitlichen Gebrauchs den Eindruck, daß die meisten Autoren mehr oder weniger dasselbe meinen, wenn von "Selbsteinschätzung", "Selbstbild", "Selbstbewertung", "Selbstannahme", "Selbstkonzept" etc. gesprochen wird.

Im Rahmen des Themas der vorliegenden Arbeit erscheint es nicht erforderlich, auf die Diskussion um die Abgrenzung dieser Begriffe weiter einzugehen. Die verschiedenen Bezeichnungen in der Literatur sollen aus pragmatischen Gründen daher im folgenden als Synonyme verstanden werden, wobei im Anschluß an das Vorgehen in der Massenkommunikationsforschung und um der Einheitlichkeit willen in der hier durchgeführten empirischen Untersuchung ausschließlich von der " S e l b s t - e i n s c h ä t z u n g " der Rezipienten die Rede sein wird. Was darunter zu verstehen ist, soll in den folgenden Abschnitten näher erläutert werden.

3413 Die begriffliche Erfassung des Faktors Selbsteinschätzung in der Literatur

Bei der Behandlung der Selbsteinschätzung als Variablen in Hypothesen, die einer empirischen Überprüfung zugänglich gemacht werden, gibt es in der Literatur grundsätzlich zwei Möglichkeiten, die sich nach der Vorgehensweise bei der Messung dieses Faktors richten: In dem einen Fall

wird die Selbsteinschätzung experimentell manipuliert¹⁾, im anderen Fall wird von der Selbsteinschätzung als einer Prädisposition, als von einem "chronic state"²⁾ ausgegangen. Die unterschiedlichen Verfahren beruhen also auf einer jeweils unterschiedlichen Behandlung der Variable Selbsteinschätzung im Experiment. In der vorliegenden Arbeit wird von der im allgemeinen üblichen Betrachtungsweise einer prädispositionalen Selbsteinschätzung ausgegangen. Alle Ausführungen hinsichtlich der begrifflichen Klärung des Faktors Selbsteinschätzung sowie der im Zusammenhang damit zitierten Literatur sind unter diesem Gesichtspunkt zu sehen.

Die Prädisposition Selbsteinschätzung wird bei einer Reihe von Autoren operational definiert. Vor allem in den zahlreichen empirischen Untersuchungen, in denen der Einfluß der Selbsteinschätzung untersucht wird, erfolgt die Begriffsbestimmung mit Hilfe der Beobachtungssprache, wodurch das theoretische Konstrukt Selbsteinschätzung einer Messung zugänglich gemacht werden soll. Auch bei der vorliegenden empirischen Untersuchung wird die **M e s s u n g** des Konstrukts Selbsteinschätzung bei einer bestimmten Rezipientengruppe durchgeführt, und die begriffliche Erfassung des Konstrukts erfolgt unter diesem Aspekt.

-
- 1) Auf welche Art und Weise das geschehen kann, soll im Abschnitt 3415 "Determinanten der Selbsteinschätzung" kurz gezeigt werden. Untersuchungen, in denen diese Möglichkeit bei der Messung gewählt wird, wurden u.a. durchgeführt von: NISBETT, R. E. und A. GORDON: Self-Esteem and Susceptibility to Social Influence, in: J. Pers. Soc. Psychol. 5, 1967, S. 268 - 275; - MALEWSKI, A.: The Influence of Positive and Negative Self-Evaluation on Postdecisional Dissonance, a.a.O.; - GOLLOB, H. F. und J. M. DITTES: Effects of Manipulated Self-Esteem on Persuasibility Depending on Threat and Complexity of Communication, in: J. Pers. Soc. Psychol. 2 1965, S. 195 - 201.
 - 2) Zum Vergleich dieser beiden Vorgehensweisen siehe u.a.: BREHM, J. W. und A. R. COHEN: Explorations in Cognitive Dissonance, a.a.O., S. 260.

Ebenso wird an dieser Stelle der Versuch unternommen, den Begriff Selbsteinschätzung auch konstitutiv zu definieren, also eine Begriffsbestimmung mit Hilfe anderer Termini der Theoriesprache vorzunehmen. Dabei handelt es sich um Begriffe, die von der Beobachtungsebene mehr oder weniger weit entfernt sind.

Bei A. COHEN, einem der Autoren der Yale-Studien, deren Gegenstand Kommunikation und Einstellungswandel ist, wird der Faktor Selbsteinschätzung in folgender Weise beschrieben: "Self-esteem concerns the amount of value an individual attributes to various facets of his person and may be said to be affected by the successes and failures he has experienced in satisfying central needs. It may be viewed as a function of the coincidence between an individual's aspirations and his achievement of these aspirations"¹⁾. Dabei werden bei COHEN fünf Bedürfnisbereiche ("need areas") unterschieden: Leistung (Erfolg), Autonomie, Anerkennung, Anschluß und Kognition.²⁾ Nach dieser Beschreibung³⁾ faßt COHEN seine Überlegungen in dem Satz zusammen: "Self-esteem, then, may be defined as the degree of correspondence between an individual's ideal and actual concepts of himself"⁴⁾. Eine allgemeinere, jedoch auch weniger informative Auskunft über das, was er unter hoher Selbsteinschätzung versteht,

-
- 1) COHEN, A. R.: Some Implications of Self-Esteem for Social Influence, in: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): Personality and Persuasibility, New Haven 1959, S. 103.
 - 2) Vgl. ebenda, S. 105. Weiteres hierzu im Abschnitt 43 über die Messung der Variable Selbsteinschätzung.
 - 3) Vgl. auch: KRETCH, D., R. S. CRUTCHFIELD und E. L. BALLACHEY: Individual in Society, a.a.O., S. 83 f.
 - 4) COHEN, A. R.: Some Implications of Self-Esteem for Social Influence, a.a.O., S. 103.

gibt COOPERSMITH, wenn er an einer Stelle schreibt: "persons high in their estimates of personal worth"¹⁾. Wiederum der Beobachtungssprache näher sind die Begriffe, mit denen JANIS und FIELD den Faktor Selbsteinschätzung erfassen, wenn sie im Zusammenhang mit niedriger Selbsteinschätzung von "feelings of social inferiority" sprechen und diese durch "feelings of social inadequacy", "social inhibitions" und "test anxiety" repräsentiert sehen.²⁾ Solche Begriffe bedürfen jedoch einer Operationalisierung, wobei sich die Frage erhebt, welche Verhaltensweisen und Reaktionen bei welchen Individuen in welchen Persönlichkeitsbereichen Gefühle der sozialen Untergeordnetheit bzw. sozialen Inadäquatheit etc. anzeigen.

3414 Die hier zugrunde gelegte Konzeption des Selbsteinschätzungsbegriffs als Einstellung

Nach diesen Ausführungen kann die Selbsteinschätzung als ein Zusammenhang von verschiedenen Einstellungen angesehen werden, die das Individuum gegenüber der eigenen Person haben kann.³⁾ Die Selbsteinschätzung, definiert als Einstellung zu sich selbst⁴⁾, erscheint also nicht

1) COOPERSMITH, St.: Relationship between Self-Esteem and Sensory (Perceptual) Constancy, in: J. Abn. Soc. Psychol. 68, 1964, S. 217.

2) Vgl.: JANIS, I. L. und P. B. FIELD: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, in: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): Personality and Persuasibility, a.a.O., S. 60 f.

3) Vgl.: SHERIF, M. und C. W. SHERIF: An Outline of Social Psychology, New York, Evanston und London 1956, S. 580 f.; - NEUBAUER, W. F.: Selbsteinschätzung und Idealeinschätzung junger Arbeiter als Gegenstand sozialpsychologischer Verhaltensforschung, Dissertation, Nürnberg 1967.

4) Vgl.: SHAW, M. E. und J. M. WRIGHT: Scales for the Measurement of Attitudes, a.a.O., S. 428.

als eine einzelne Einstellung, sondern als ein ganzes Bündel von Einstellungen, das sich auf verschiedene Persönlichkeitsbereiche des Individuums bzw. Einstellungsobjekte beziehen kann. Diese Einstellungsobjekte können auf verschiedenen Ebenen liegen. So kann sich die Einstellung eines Individuums zur eigenen sozialen "Adäquatheit" beispielsweise zusammensetzen aus den Einstellungen des Individuums zur eigenen Leistungsfähigkeit, zu seinen Beziehungen zur Umwelt, zu seinem Verhalten in schwierigen Situationen etc.¹⁾ Dabei läßt sich z.B. die Einstellung zur eigenen Leistungsfähigkeit allgemein wieder aufteilen in verschiedene Einstellungen zu Leistungsfähigkeiten auf unterschiedlichen Gebieten. Ebenso verhält es sich etwa mit der Einstellung zur eigenen Meinung. Zu dem Einstellungskomplex, der sich auf die eigene Person bezieht (Selbsteinschätzung), gehört sicherlich auch die Einstellung zur eigenen Meinung. Diese allgemeine Einstellung zur eigenen Meinung bezieht sich vermutlich aber wiederum auf verschiedene Einstellungen des Individuums zu verschiedenen Dingen. So kann z.B. ein und dieselbe Person ihre Einstellung zu den Notstandsgesetzen als sehr fundiert betrachten, ihre Einstellung zu einem bestimmten wirtschaftspolitischen Problem dagegen weniger hoch bewerten.

Es kann dabei von der Annahme ausgegangen werden, daß Individuen mit niedriger Selbsteinschätzung in der Regel nicht von allen ihren Einstellungen zu verschiedenen Einstellungsobjekten eine geringe Meinung besitzen, ebenso wenig wie Individuen mit hoher Selbsteinschätzung von al-

1) Zu diesen Dimensionen des Selbstkonzeptes vgl. auch die Ausführungen von STONE und dessen Bezugnahme auf ROGERS: STONE, Ph. J. u.a.: The General Inquirer, Cambridge und London 1966, S. 551 ; - ROGERS, C.: A Theory of Therapy, Personality, and Interpersonal Relationships as Developed in the Client-Centered Framework, in: KOCH, S. (Hrsg.): Psychology: A Study of Science, New York 1959, S. 184 - 256.

len ihren Einstellungen zu verschiedenen Einstellungsobjekten eine hohe Meinung haben dürften. Entsprechendes wird für die Einstellungen des Individuums zu den Leistungsfähigkeiten auf verschiedenen Gebieten gelten. Dennoch erscheint es zulässig - und nur das geschieht hier -, von der Existenz einer allgemeinen Tendenz zu einer mehr hohen oder einer mehr geringen prädispositionalen Selbsteinschätzung auszugehen.

Im Anschluß an diese Überlegungen empfiehlt es sich, die so beschriebene Variable Selbsteinschätzung als Wirkungsfaktor im Massenkommunikationsprozeß nicht lediglich mit Hilfe der Einstellung zur eigenen Meinung in bezug auf ein Einstellungsobjekt zu erfassen, denn es handelt sich bei der Selbsteinschätzung "um ein mehr oder weniger integriertes Konglomerat aus den Meinungen und Einstellungen, die das Individuum über sich selbst und seine Beziehung zur Umwelt hat"¹⁾. Daher erscheint es notwendig, eine Messung der prädispositionalen Selbsteinschätzung in einer empirischen Untersuchung für verschiedene Bereiche vorzunehmen.

Aufgrund dieser Ausführungen kann der Faktor Selbsteinschätzung als eine Einstellung, wenn auch als eine Sonderform, betrachtet werden. Um eine Sonderform handelt es sich deshalb, weil diese Einstellung zu sich selbst genau genommen aus einem System von Einstellungen zu verschiedenen das Individuum in irgendeiner Weise betreffenden Objekten besteht.

1) NEUBAUER, W. F.: Selbsteinschätzung und Idealeinschätzung junger Arbeiter als Gegenstand sozialpsychologischer Verhaltensforschung, a.a.O., S. 7.

Im Zusammenhang mit einer genauen Erfassung der Selbsteinschätzung als Verhaltensdeterminante im Massenkommunikationsprozeß müßte geprüft werden, auf welchen Dimensionen die Selbsteinschätzung variieren kann. Zur Unterscheidung einer positiven von einer negativen Selbsteinschätzung (Richtung) bedürfte es einer Einstellungsskala, auf der ein Nullpunkt verzeichnet ist. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird lediglich eine Messung auf Ordinalskalenniveau vorgenommen, da sich bei der hier verwendeten Likert-Skala kein Nullpunkt konstruieren läßt. Von Bedeutung für die Reaktionen der Rezipienten kann jedoch auch das Ausmaß höherer oder niedrigerer Selbsteinschätzung sein. Entsprechendes gilt für die Dimension Intensität. Relativ geringe Unterschiede dürften bei den Individuen im Hinblick auf die Dimension Bedeutsamkeit bzw. Zentralität der Einstellung zu sich selbst bestehen. Denn es ist zu vermuten, daß die individuelle Bedeutsamkeit des Einstellungsgegenstandes - nämlich die eigene Person bzw. die eigene Person direkt betreffende Bereiche - bei den meisten Individuen relativ gleich und relativ groß ist, so daß die Selbsteinschätzung als eine im Einstellungsgefüge der einzelnen Individuen zentrale Einstellung anzusehen ist. Untersuchungen über die Strukturiertheit, Komplexität und Konsistenz der Selbsteinschätzung könnten jedoch zu genaueren Kenntnissen über die Rolle dieser Variable im Wirkungsprozeß der Massenkommunikation führen.

Der Selbsteinschätzungsbegriff, so wie er hier konzipiert wird, deckt sich damit nicht voll mit dem von BESSLER verwendeten Begriff der Selbsteinschätzung.¹⁾ Während dieser

1) Vgl.: BESSLER, H.: Zur Theoriebildung in der Massenkommunikationsforschung, a.a.O., S. 76.

die Selbsteinschätzung lediglich auf die Einstellung zu dem in der Aussage enthaltenen Einstellungsobjekt bezieht, wird der in der vorliegenden Arbeit zugrunde gelegte Selbsteinschätzungsbegriff in dem eben beschriebenen Sinne sehr viel genereller gefaßt und auch zu messen versucht. Nach der hier vertretenen Auffassung handelt es sich bei der von BESSLER betonten speziellen Form der Selbsteinschätzung um eine Variable, deren Affinität zu der in der Wirkungsforschung relevanten und hier bei der Erörterung der Einstellungsdimensionen bereits erwähnten Variablen "ego-involvement" (Ich-Beteiligung) so stark erscheint, daß eine exakte Abgrenzung äußerst schwierig sein dürfte. Insbesondere müßte in diesem Zusammenhang geprüft werden, ob und in welcher Weise beide Variablen unabhängig voneinander gemessen werden können.

Es erscheint plausibel anzunehmen, daß das Vorliegen einer hohen Einschätzung der eigenen Einstellung in bezug auf ein bestimmtes Einstellungsobjekt bei einem Individuum häufig mit einer Ich-Beteiligung hinsichtlich dieses Einstellungsobjekts verbunden ist. Ebenso könnte man vermuten, daß bei geringer Einschätzung der eigenen Meinung zu einem bestimmten Einstellungsobjekt selten eine Ich-Beteiligung des Individuums in bezug auf dieses Einstellungsobjekt vorliegt. Der Faktor Ich-Beteiligung ist jedoch nicht als eine selbständige Einstellung anzusehen, sondern bezieht sich auf die Dimension der Zentralität einer Einstellung zu einem bestimmten Einstellungsobjekt.¹⁾ Aber auch für den Fall, daß jene spezielle Art der Selbsteinschätzung nicht weitgehend mit der Variablen Ich-Betei-

1) Vgl. hierzu auch: BLEDJIAN, F.: Ergebnisse und neuere theoretische Ansätze über die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten, a.a.O., S. 116 ff.

ligung übereinstimmt, erhebt sich die Frage, ob die so verstandene Selbsteinschätzung nicht eher als eine weitere, selbständige, bisher nicht analysierte Dimension, auf der Einstellungen variieren können, zu betrachten ist. Das würde bedeuten, daß die in dem BESSLERschen Programm als selbständig ausgewiesene Determinante X_D des Wirkungsprozesses auch lediglich als eine Dimension, auf der die Determinante X_C variiert, angesehen werden kann.

3415 Determinanten der Selbsteinschätzung

Zur besseren Charakterisierung der Variable Selbsteinschätzung soll noch einiges über die Faktoren gesagt werden, die die Entwicklung der Selbsteinschätzung beeinflussen können. Damit wird keineswegs ausgeschlossen, daß diese Faktoren ihrerseits einem Einfluß unterliegen können, der von der Selbsteinschätzung des Individuums ausgeht, so daß in Wahrheit von einer Wechselbeziehung gesprochen werden müßte. Weil von den Wirkungen verschiedener Grade der Selbsteinschätzung jedoch im folgenden noch ausführlich die Rede sein wird, sollen die Beziehungen an dieser Stelle lediglich einseitig betrachtet werden. Eine detaillierte Darstellung und Diskussion der wichtigsten Ergebnisse von Untersuchungen über die Determinanten des Selbstkonzepts findet sich bei WYLIE.¹⁾

Persönlichkeitstheoretiker, die sich mit den Bedingungen für die Entwicklung eines Selbstkonzepts befassen, betonen in diesem Zusammenhang vor allem die Bedeutung der Eltern-Kind-Interaktionen. Hierbei wird von folgenden Überlegungen ausgegangen: Bei dem Selbstkonzept handelt

1) Vgl.: WYLIE, R. C.: The Self Concept, a.a.O., S. 121 - 200.

es sich um das Ergebnis eines Prozesses, in dem Wahrnehmungen, Kognitionen und Werte gelernt werden. Ein wichtiger Teil dieses Lernens besteht im Beobachten der Reaktionen anderer auf das eigene Verhalten.

Es sind nun die Eltern, die am frühesten und fortlaufendsten mit den Kindern in Kontakt treten. Dieser Umstand sowie die Tatsache, daß die Beziehungen zwischen Eltern und Kind affektgebunden sind und seitens der Kinder ein Abhängigkeitsverhältnis besteht, ermöglichen es den Eltern, einen großen Einfluß hinsichtlich dessen, was das Kind über sich selbst lernt, auszuüben. So wird das Kind schon frühzeitig mit Verhaltensstandards konfrontiert, die seiner Rolle und seinem sozialen Status entsprechen. Es lernt seine Fähigkeiten und deren Grenzen einzuschätzen und wird von den Eltern beeinflußt in dem Grad, mit dem es bestimmte bei ihm auftretende Empfindungsäußerungen von Feindschaft, Eifersucht etc. als "normal" hinnimmt.¹⁾ Merkt das Kind, daß es von seinen Eltern geliebt und sein Verhalten belohnt wird, so wird es auch sich selbst akzeptieren und sich relativ sicher fühlen. Wird es dagegen ständig frustriert in der Weise, daß Unmögliches von ihm verlangt und ihm Versagen vor Augen geführt wird, so bildet sich ein Gefühl der Unzulänglichkeit heraus, das der Entwicklung eines positiven Selbstgefühls entgegensteht.²⁾

Eine wichtige Rolle bei der Entwicklung der Selbsteinschätzung spielen in zunehmendem Alter vor allem die sozialen Interaktionen mit anderen Personen und Personen-gruppen. "Selbst-Beschreibungen und Selbstbewertungen

1) Vgl.: WYLIE, R. C.: The Self Concept, a.a.O., S. 121 f.

2) Vgl.: HARTLEY, E. L. und R. E. HARTLEY: Die Grundlagen der Sozialpsychologie, Berlin 1955, S. 225.

einer Person haben die Tendenz zur Übereinstimmung mit den von einer geachteten Gruppe gegebenen Beschreibungen und Bewertungen der eigenen Person" ¹⁾ führt ESTERS aus und zitiert Untersuchungen, in denen diese Hypothese bestätigt wird. ²⁾ Ein Teil der Forschungen in diesem Bereich konzentriert sich vor allem auf zwei Arten von Zusammenhängen: Einmal auf den möglichen Einfluß stereotypisierter Verhaltenserwartungen, die mit einer bestimmten Rolle (einschließlich der Geschlechtsrolle) bzw. einem bestimmten Status verknüpft sind, auf die Struktur des Selbstkonzepts des jeweiligen Rollenträgers und zum anderen auf die Wirkung, die das Innehaben einer bestimmten Rolle auf die Selbsteinschätzung des Individuums hat. ³⁾

Als ein weiterer Faktor, der für die Ausprägung des Selbstkonzepts von Bedeutung ist, müssen die körperlichen Eigenschaften eines Individuums angesehen werden. Man kann von der Annahme ausgehen, daß körperliche Eigenschaften, die vom Individuum niedrig bewertet werden, geeignet sind, seine allgemeine Selbsteinschätzung zu unterminieren, während andererseits hoch bewertete körperliche Eigenschaften die allgemeine Selbsteinschätzung zu erhöhen vermögen. ⁴⁾ Untersuchungen zu diesem Thema sind jedoch in der sozialwissenschaftlichen Forschung bisher äußerst selten.

1) ESTERS, E. A.: Soziale Beeinflussung, Dissertation, Köln 1960, S. 68.

2) Vgl. u.a.: MIYAMOTO, S. F. und S. M. DORNBUSCH: A Test of Interactionist Hypothesis of Self-Conception, in: Am. J. Sociol. 61, 1965, S. 399 - 403; - ZETTERBERG, H. L.: Compliant Action, in: Acta Sociologica 2, 1957.

3) Vgl.: WYLIE, R. C.: The Self Concept, a.a.O., S. 136.

4) Vgl. ebenda, S. 159.

Auf einer etwas anderen Ebene, aber hier dennoch erwähnt, liegen die Veränderungen im Selbstkonzept des Individuums, die als eine Funktion psychotherapeutischer Behandlungen untersucht werden. Mit diesem Problem beschäftigt sich u.a. die von ROGERS und DYMOND¹⁾ herausgegebene Aufsatzsammlung über den Zusammenhang zwischen Psychotherapie und Persönlichkeitswandel. Bei Patienten, die einer solchen Therapie ausgesetzt werden, ist der Abstand zwischen realer und idealer Selbsteinschätzung - beide Formen werden meist mit Hilfe des Q-Sorts²⁾ gemessen - relativ groß. Der Erfolg der Therapie wird dadurch ermittelt, inwieweit sich dieser Abstand im Anschluß an die Behandlung verringert hat.

Zu den exaktesten Untersuchungen, die im Zusammenhang mit dem Selbstkonzept gemacht wurden, gehören die Studien über die Wirkungen eines experimentell manipulierten Erfolges oder Mißerfolges auf die Selbsteinschätzung von Individuen. Eine solche Manipulation erfolgt entweder dadurch, daß die Versuchspersonen eine Information erhalten, in der persönliche Eigenschaften, die sie besitzen, abgewertet werden, oder in der Weise, daß der Versuchsleiter den Erfolg bzw. Mißerfolg bei der Lösung einer Aufgabe mitteilt, von der gesagt wird, daß sie z.B. hohe intellektuelle Fähigkeiten voraussetzt. Aufgrund der Ergebnisse dieser Untersuchungen kann man sagen, daß unter bestimmten Bedingungen bei Individuen die Tendenz besteht, im Anschluß an derartige im Experiment herbeigeführte Erfolgs- bzw. Mißerfolgserlebnisse ihre Selbsteinschätzung zu ändern. Dies geschieht sehr häufig im Hinblick auf die Einschätzung der eigenen Fähigkeiten für die Lösung der gestellten

1) Vgl.: ROGERS, C. R. und R. F. DYMOND (Hrsg.): Psychotherapy and Personality Change, Chicago und London 1954.

2) Vgl. zu dieser Technik vor allem: STEPHENSON, W.: The Study of Behavior. Q-Technique and its Methodology, Chicago und London 1953.

Aufgabe bzw. bei der Selbsteinschätzung in bezug auf die bewerteten persönlichen Eigenschaften. Sehr viel weniger häufig jedoch ist als Folge eines einzigen Erfolgs- bzw. Mißerfolgserlebnisses eine allgemeine, grundsätzliche Änderung in der Selbsteinschätzung zu beobachten.¹⁾ Darüber hinaus haben die Untersuchungen ergeben, daß Individuen sich häufiger nach einem induzierten Erfolg höher einschätzen als nach einem induzierten Mißerfolg geringer.²⁾

Bei den in diesem sehr kurzen Überblick über einige relevante Determinanten der Selbsteinschätzung aufgeführten Variablen handelt es sich genau genommen eher um verschiedene Variablenklassen, zu denen eine jeweils mehr oder weniger große Anzahl von verschiedenen Faktoren gehört, die bei der Entwicklung der Selbsteinschätzung eine Rolle spielen können. Weil im Rahmen dieser Arbeit jedoch nur am Rande auf das Problem der Entstehung der Selbsteinschätzung eingegangen werden kann, mußte auf eine ausführlichere Diskussion dieser einzelnen Faktoren in ihrem Zusammenhang mit der Selbsteinschätzung verzichtet werden.

342 Die Kommunikationsdiskrepanz

Das Ausmaß der Diskrepanz zwischen der präkommunikativen Einstellung des Rezipienten zu einem bestimmten Einstellungsobjekt und der in der Aussage enthaltenen Einstellungsäußerung zu demselben Einstellungsobjekt ist die zweite der hier zur Diskussion stehenden Variablen und

1) Vgl. hierzu u.a.: NISBETT, R. E. und A. GORDON: Self-Esteem and Susceptibility to Social Influence, a.a.O., S. 271.

2) Vgl.: WYLIE, R. C.: The Self Concept, a.a.O., S. 198.

wird mit "Kommunikationsdiskrepanz" benannt. Sie soll im Zusammenhang mit der eben beschriebenen Variablen "Selbsteinschätzung" auf ihre Relevanz im Wirkungsprozeß der Massenkommunikation untersucht werden. Die Beschreibung dieses Faktors erfordert keine weiteren Ausführungen; denn es handelt sich hierbei um die Diskrepanz zwischen Einstellungen, d.h. um ein ganz bestimmtes Verhältnis von Einstellungen zueinander, welche gegenüber ein und demselben Gegenstand bestehen. Ausführliche Erläuterungen zum Einstellungsbegriff selbst und eine Begründung für die Wahl dieses Begriffes als grundlegendem Konstrukt des theoretischen Ansatzes dieser Arbeit wurden bereits gegeben. Die Kommunikationsdiskrepanz bezeichnet den vom Rezipienten wahrgenommenen Unterschied seiner eigenen präkommunikativen Einstellung zu einem bestimmten Einstellungsobjekt und der in einer Aussage geäußerten Einstellung zu demselben Einstellungsobjekt. Das Ausmaß der Diskrepanz ergibt sich also aus dem Vergleich zweier Einstellungen, nämlich der Variablen X_A und X_C des verwendeten Konzepts. Von der Art und Weise der Messung verschiedener Diskrepanzsituationen wird in dem Kapitel über die Darstellung der Forschungstechnik noch ausführlicher die Rede sein.

343 Allgemeine Bedeutung der ausgewählten Variablen für die Erklärung der Wirkungen der Massenkommunikation

Im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit stehen, wie gesagt, die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten. Zur Erforschung dieser Wirkungen wurde von BESSLER ein Programm zur Formulierung von Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation aufgestellt, das in Kapitel 2 dieser Arbeit bereits erörtert wurde. Die Auswahl der Variablen für die hier durch-

geführte Untersuchung bzw. die Aufstellung der zu prüfenden Hypothesen orientierte sich u.a. an diesem Programm, das damit einer ersten Konfrontation mit der Realität ausgesetzt wird.

Von den in diesem Programm formulierten vier potentiellen Determinanten des Wirkungsprozesses werden in dem theoretischen Konzept dieser Arbeit - wie bereits ausgeführt - nur drei berücksichtigt. Es sind das die Variablen X_A , X_C und X_D .¹⁾ Da in der vorliegenden Arbeit die Faktoren X_A und X_C als Determinanten des Wirkungsprozesses nicht getrennt, sondern gemeinsam in ihrem ganz bestimmten Verhältnis zueinander von Interesse sind, lassen sich die Determinanten und die Resultante der Hypothesen, die hier aufgestellt und überprüft werden, mathematisch ausgedrückt mit folgender Funktion erfassen:

$$Y = F (X_{ACdp}, X_D)$$

Dabei ist Y die postkommunikative Einstellung der Rezipienten zu einem bestimmten Einstellungsobjekt.²⁾

X_{ACdp} bezeichnet die Kommunikationsdiskrepanz und X_D die Selbsteinschätzung der Rezipienten. Demnach werden in dieser Arbeit die Wirkungen der Massenkommunikation als eine Funktion der Diskrepanz zwischen einer in der Aussage enthaltenen Einstellungsäußerung und der Einstellung des Rezipienten hinsichtlich des in der Aussage angesprochenen Einstellungsobjekts sowie der Selbsteinschätzung der Rezipienten untersucht.

1) Vgl. hierzu S. 23 f. dieser Arbeit.

2) Um welches Einstellungsobjekt es sich hierbei handelt, ist in diesem Zusammenhang noch nicht von Bedeutung. Vgl. hierzu die entsprechenden Ausführungen in Kapitel 4 dieser Arbeit.

Die Kommunikation, welche eine Einstellungsänderung im Sinne der gegebenen Information hervorbringen soll, wird häufig als Überredungskommunikation ("persuasive communication") bezeichnet.¹⁾ Eine Unterscheidung zwischen Kommunikation und Überredungskommunikation erscheint jedoch überflüssig, da die Messung dieser "beiden" Aussagenarten mit Hilfe eines Meßinstruments, nämlich einer Technik der Aussagenanalyse, erfolgt. Es handelt sich demnach nur um eine einzige Variable, die Kommunikation oder Überredungskommunikation genannt werden kann. Die Entscheidung für den Ausdruck "Überredungskommunikation" ist dabei jedoch weniger vorteilhaft. Denn wenn hiermit bereits etwas über die Wirkung der Aussagen gesagt werden soll, so ist einzuwenden, daß es ja von vornherein gerade nicht feststeht, ob die Rezipienten mit Hilfe der Kommunikation tatsächlich "überredet" werden. Wenn die Bezeichnung "Überredungskommunikation" sich aber auf die Intention des Kommunikators beziehen soll, so läßt sich entgegenen, daß diese ja nicht gemessen wird, wenn die Kommunikation als Determinante von Einstellungsänderung auftritt, sondern lediglich die in der Kommunikation enthaltene Einstellungsäußerung. Im folgenden wird daher auf die Verwendung des Begriffs "Überredungskommunikation", wie er in der Literatur oft anzutreffen ist, verzichtet. Stattdessen wird von der Kommunikation bzw. der Aussage gesprochen.

1) Vgl. u.a. die Forschungen zur Einstellung und Kommunikation, die in den Yale-Studies zusammengefaßt sind: HOVLAND, C. I. (Hrsg.): The Order of Presentation in Persuasion, New Haven 1957; - HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): Personality and Persuasibility, a.a.O.; - HOVLAND, C. I. und M. J. ROSENBERG (Hrsg.): Attitude Organization and Change, a.a.O.; - SHERIF, M. und C. J. HOVLAND, Social Judgment, New Haven und London 1961; - HOVLAND, C. I. u.a.: Communication and Persuasion, New Haven 1953.

Bei den Untersuchungen über die Bedingungen des Einstellungswandels durch Aussagen der Massenkommunikation wird von der Annahme ausgegangen, daß für die Rezipienten, die einer Stellungnahme ausgesetzt werden, die sich von ihrer eigenen Meinung unterscheidet, eine Tendenz besteht, ihre Einstellung in Richtung auf die gegebene Stellungnahme zu ändern. Es erhebt sich nun die Frage, ob und in welcher Weise zwischen der Kommunikationsdiskrepanz und dem Ausmaß der Einstellungsänderung eine Beziehung besteht. Untersuchungen über diesen Zusammenhang und die ihm zugrunde liegenden Prozesse gehören zu den relativ vernachlässigten Themen der Massenkommunikationsforschung. Aufgrund der bisherigen Untersuchungsergebnisse, auf die im nächsten Abschnitt noch näher eingegangen werden soll, läßt sich jedoch sagen, daß es sich hier um eine für die Erklärung des Massenkommunikationsprozesses relevante Variable handelt.

In einer Reihe von Studien ist gezeigt worden, daß Einstellungsänderungen der Rezipienten in Richtung der gegebenen Information um so stärker sind, je größer die Kommunikationsdiskrepanz wird. Andere Forschungsarbeiten haben gezeigt, daß eine solche lineare Beziehung zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel nur bis zu einem bestimmten Punkt auf dem Diskrepanzkontinuum beobachtet wird. Von diesem Punkt an nehmen mit zunehmender Diskrepanz Häufigkeit und Ausmaß des Einstellungswandels der Rezipienten ab. Dieser Wechsel in der Reaktion wird fixiert durch den individuellen Annahme- bzw. Ablehnungsbereich ("latitude of acceptance" und "latitude of rejection") im Hinblick auf Aussagen der Massenkommunikation, in denen Einstellungsäußerungen enthalten sind, die von Einstellungen der Rezipienten zu einem bestimmten Einstellungs-

objekt abweichen. Die Grenze zwischen Annahme- und Ablehnungsbereich bildet dann jenen Punkt auf der Diskrepanzskala, wo ein Maximum an Einstellungswandel erreicht ist. Die Frage ist nun, bei welchem Grad von Kommunikationsdiskrepanz der Annahmebereich bei den einzelnen Rezipienten beendet ist und der Ablehnungsbereich beginnt. Diese Frage ist in der empirischen Massenkommunikationsforschung nicht sehr häufig untersucht worden. Es geht dabei um die Bestimmung jener Faktoren, welche die individuell vorhandene Ausdehnung der Annahme- und Ablehnungsbereiche beeinflussen können. Als ein solcher Faktor ist z.B. die Variable Ich-Beteiligung anzusehen, die in einer empirischen Untersuchung, von der im nächsten Abschnitt näher zu handeln sein wird, auf ihre diesbezügliche Wirksamkeit hin erforscht wurde.

In der vorliegenden Arbeit wird diese Frage im Zusammenhang mit einem möglichen Einfluß der Selbsteinschätzung der Rezipienten untersucht. Die Selbsteinschätzung von Rezipienten als Prädisposition ist bereits vielfach Gegenstand der Forschung auf dem Gebiet der Massenkommunikation bzw. Kommunikation gewesen. Hingewiesen sei hier besonders auf die Studien zum Thema Selbsteinschätzung und Einstellungswandel, die von der bereits zitierten Yale-Gruppe vor allem in dem Buch "Personality and Persuasibility"¹⁾ zusammengefaßt sind. Aufgrund der Ergebnisse dieser Untersuchungen kann man von der Annahme ausgehen, daß Individuen mit geringer Selbsteinschätzung ihre Meinung eher ändern als Individuen mit hoher Selbsteinschätzung.

1) Vgl.: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.):
Personality and Persuasibility, a.a.O.

Diese Hypothese wird neben anderen im Rahmen der hier durchgeführten empirischen Untersuchung - jedoch unter anderen Bedingungen als den in der amerikanischen Forschung gegebenen - mit Hilfe eines eigens dazu entwickelten Instruments zur Messung von Selbsteinschätzung überprüft.

Wenn eine geringe Selbsteinschätzung bedeutet, daß die eigene Person nicht sehr hoch bewertet wird, dann bezieht sich das in der Regel auch auf die Einstellung zur eigenen Meinung. Es erscheint daher plausibel anzunehmen, daß ein Individuum, das von seinen eigenen Meinungen nicht viel hält, eher geneigt ist, diese Meinungen zu ändern und sich den Ansichten anderer anzuschließen als ein Individuum, das seine eigene Meinung hoch bewertet. Über diese Annahme hinaus könnte man vermuten, daß Individuen mit geringer Selbsteinschätzung auch eher bereit sind, von den eigenen Einstellungen entferntere Meinungen anzunehmen als Individuen mit hoher Selbsteinschätzung. Das würde bedeuten, daß der Annahmehereich bei Rezipienten mit geringer Selbsteinschätzung größer ist als bei Rezipienten mit hoher Selbsteinschätzung bzw. daß bei Rezipienten mit hoher Selbsteinschätzung im Falle von Konfrontationen mit Stellungnahmen, die in immer größerem Maße von der eigenen Einstellung abweichen, der Ablehnungsbereich eher erreicht ist.

Das heißt, daß die Selbsteinschätzung der Rezipienten als ein Faktor in Frage kommen könnte, der zu der Bestimmung jenes Grades an Kommunikationsdiskrepanz beiträgt, bei dem ein Maximum an Einstellungswandel erreicht wird. Sieht man einmal von einer derartigen speziellen Art der Einfluß-

nahme des Faktors Selbsteinschätzung ab, so läßt sich aufgrund der eben angestellten Überlegungen jedenfalls vermuten, daß die Reaktionen in bezug auf das Ausmaß des Einstellungswandels im Massenkommunikationsprozeß bei verschiedenen Stufen der Kommunikationsdiskrepanz u.a. von der Selbsteinschätzung der Rezipienten abhängt.

35 Erörterung bisher vorliegender Untersuchungen über Kommunikationsdiskrepanz, Selbsteinschätzung der Rezipienten und Einstellungswandel

Die Durchführung von Untersuchungen zum Thema Kommunikation und Einstellungswandel erfolgte unter Verwendung verschiedener theoretischer Ansätze.¹⁾ Hierbei muß vor allem das theoretische Konzept der Dissonanztheorie unterschieden werden von den theoretischen Überlegungen, die den Yale-Studien der Gruppe um C. I. HOVLAND zugrundeliegen. Bei der Klärung der Beziehungen zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel gingen die Forscher der Yale-Gruppe vor allem von der Judgmental-Theorie²⁾ aus, während andere sich auf die Dissonanztheorie bezogen. Die in der vorliegenden Untersuchung aufgestellten Hypothesen erfuhren daher ihre Begründung vor allem mit Hilfe dieser beiden Theorien. Daß es sich dabei vielfach um nur scheinbar verschiedene Erklärungsversuche handelt, die oft denselben kritischen Einwänden ausgesetzt werden können, soll im Verlauf dieses Abschnitts noch Gegenstand der Diskussion sein. Die Struktur der Be-

1) Vgl.: BREHM, J. W. und A. R. COHEN: Explorations in Cognitive Dissonance, a.a.O., S. 245.

2) Vgl.: SHERIF, M. und C. I. HOVLAND: Social Judgment, a.a.O.

ziehungen zwischen Selbsteinschätzung und Einstellungswandel wurde im Rahmen der Yale-Studien vor allem auf der Grundlage des "genetischen" und des "dynamischen" Ansatzes diskutiert, während andere Forscher auch hier auf die Dissonanztheorie rekurrieren.

Im folgenden soll ein Überblick über eine Reihe von Untersuchungen zur Problematik des Zusammenhangs von Kommunikation und Einstellungswandel gegeben werden, soweit sie für die Zielsetzung der vorliegenden Studie relevant sind. Die Diskussion konzentriert sich auf Arbeiten zu den Themen Diskrepanz und Einstellungswandel einerseits sowie Selbsteinschätzung und Einstellungswandel andererseits, wobei diese Beziehungen z.T. im Zusammenhang mit verschiedenen zusätzlichen Variablen analysiert werden. Mit dem in dieser Arbeit durchgeführten Experiment wird der Versuch unternommen, beide Untersuchungsgruppen dadurch zu verbinden, daß das Ausmaß des Einstellungswandels in Abhängigkeit von dem Zusammenhang zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Selbsteinschätzung gesehen wird.

Gegenstand der nun folgenden Diskussion sind die Fragestellung, die Ergebnisse und - soweit vorhanden - die theoretischen Ansätze zur Erklärung der jeweiligen Untersuchungsergebnisse. Auf die in den verschiedenen Studien verwendeten Forschungstechniken und Versuchsanordnungen kann in den meisten Fällen nicht näher eingegangen werden, weil die Arbeit sonst zu umfangreich würde. Es muß jedoch darauf hingewiesen werden, daß die Art und Weise experimenteller Anordnungen die Ergebnisse von Untersuchungen beeinflussen können und unterschiedliche Resultate somit eventuell auf diesen Umstand zurückzuführen sind.

Die Übersicht erhebt nicht den Anspruch, vollständig zu sein. Die Auswahl und Reihenfolge der in diesem Abschnitt zu besprechenden Arbeiten erfolgte auf der Grundlage der in der vorliegenden Studie untersuchten Determinanten des Einstellungswandels bzw. der hier zu prüfenden Hypothesen. In diesem Rahmen soll die Tendenz in der Entwicklung der Untersuchung dieser Variablen bzw. Variablenkombinationen bei der Erforschung des Einstellungswandels aufgezeigt und auf einige Mängel hingewiesen werden. Darüber hinaus erfolgen auch kritische Stellungnahmen im Lichte des diskutierten Programms zur Bildung von Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation.

Bei den in den verschiedenen Untersuchungen verwendeten Stimuli zur Prüfung der Hypothesen handelt es sich, wie auch in dem hier durchgeführten Experiment, in den meisten Fällen nicht um Aussagen der Massenkommunikation sondern um verschiedene Arten der Kommunikation.

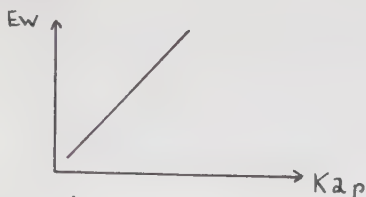
351 Darstellung und Kritik von Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel

Aufgrund der bereits vorliegenden Forschungsergebnisse über den Zusammenhang zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel werden in der Literatur herkömmlicherweise drei Gruppen von Wirkungszusammenhängen gebildet: Mit Hilfe der nachfolgenden Skizzen sollen diese drei Resultate annäherungsweise veranschaulicht werden.¹⁾

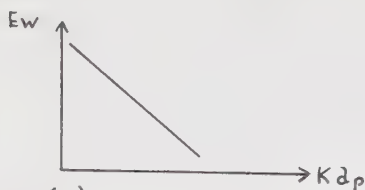
1) Die Einteilung in Gruppen ist, wie noch zu zeigen sein wird, nicht unproblematisch, da sich nicht alle Forschungsergebnisse eindeutig zuordnen lassen. Dennoch wird diese Abgrenzung üblicherweise vorgenommen und dient einer groben Orientierung.

Figur 1: Empirisch festgestellte Beziehungen zwischen Einstellungswandel und Kommunikationsdiskrepanz

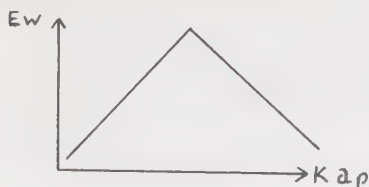
Figur 1a)



Figur 1b)



Figur 1c)



Ew = Einstellungswandel

Kdp= Kommunikationsdiskrepanz

Während die Figur 1a) eine ansteigend lineare, monotone Beziehung zwischen Einstellungswandel und Kommunikationsdiskrepanz zeigt, weist die Figur 1b) eine fallend lineare, monotone Beziehung zwischen diesen beiden Variablen aus. In der Figur 1c) schließlich ist diese Beziehung zunächst ansteigend linear, um dann von einem bestimmten Ausmaß der Kommunikationsdiskrepanz an linear zu fallen, d.h. die Beziehung zwischen den beiden Variablen ist hier nicht monoton.

Der größte Teil der Studien zu dem hier angesprochenen Thema kam zu dem in Figur 1a) dargestellten Ergebnis, eine Untersuchung erbrachte das in Figur 1b) skizzierte Resultat, und in zunehmend zahlreicher werdenden Studien konnte die in Figur 1c) dargestellte Beziehung festgestellt werden. Diese letzte Gruppe setzt sich im großen und ganzen aus neueren Untersuchungen zusammen. Die Diskussion der Untersuchungen soll nun im wesentlichen gemäß der aufgrund der erzielten Ergebnisse gegebenen Gliederung erfolgen.

Zu der Reihe von Forschern, die in ihren Untersuchungen zu dem in Figur 1a) bereits gezeigten und im folgenden noch näher zu erläuternden Ergebnis gekommen sind, gehören: HOVLAND und PRITZKER¹⁾, GOLDBERG²⁾, FISHER und LUBIN³⁾, FISHER, RUBINSTEIN und FREEMAN⁴⁾, EWING⁵⁾, HARVEY, KELLEY und SHAPIRO⁶⁾, ZIMBARDO⁷⁾, ROSENBAUM und

-
- 1) Vgl.: HOVLAND, C. I. und H. A. PRITZKER: Extent of Opinion Change as a Function of Amount of Change Advocated, in: J. Abn. Soc. Psychol. 54, 1957, S. 257 - 261.
 - 2) Vgl.: GOLDBERG, S. C.: Three Situational Determinants of Conformity to Social Norms, in: J. Abn. Soc. Psychol. 49, 1954, S. 325 - 329.
 - 3) Vgl.: FISHER, S. und A. LUBIN: Distance as a Determinant of Influence in a Two-Person Serial Interaction Situation, in: J. Abn. Soc. Psychol. 56, 1958, S. 230 - 238.
 - 4) Vgl.: FISHER, S., I. RUBINSTEIN und R. W. FREEMAN: Intertrial Effects of Immediate Self-Committal in a Continuous Social Influence Situation, in: J. Abn. Soc. Psychol. 52, 1956, S. 200 - 207.
 - 5) Vgl.: EWING, T. N.: A Study of Certain Factors Involved in Changes of Opinion, in: J. Soc. Psychol. 16, 1942, S. 63 - 88.
 - 6) Vgl.: HARVEY, O. J., H. H. KELLEY und M. M. SHAPIRO: Reactions to Unfavorable Evaluations of the Self Made by Other Persons, in: J. Pers. 25, 1957, S. 393 - 411.
 - 7) Vgl.: ZIMBARDO, P. G.: Involvement and Communication Discrepancy as Determinants of Opinion Conformity, in: J. Abn. Soc. Psychol. 60, 1960, S. 86 - 94.

FRANC¹⁾, BERGIN²⁾. Abgesehen von z.T. spezielleren Zielsetzungen wird in den Studien dieser Autoren, wenn auch gelegentlich unter Verwendung anderer Termini, die Frage behandelt, ob, in welcher Weise und unter welchen Bedingungen die Größe der Diskrepanz zwischen der Einstellung eines Individuums gegenüber einem bestimmten Einstellungsobjekt und der in einer Aussage propagierten Einstellung zu demselben Einstellungsobjekt das Ausmaß der Einstellungsänderung bezogen auf das betreffende Objekt beeinflußt. Die genannten Autoren kommen auf verschiedenen Wegen und unter Berücksichtigung verschiedener Bedingungen ziemlich übereinstimmend zu dem Ergebnis, daß sich im allgemeinen um so mehr Einstellungsänderungen zeigen, je größer die Kommunikationsdiskrepanz ist. Ein Maximum an Diskrepanz führt zu einem Maximum an Einstellungswandel. Das bedeutet, daß es am zweckmäßigsten ist, in Kommunikationen, die auf Überredung der Rezipienten abzielen, einen Standpunkt zu wählen, der eine größtmögliche Diskrepanz zur Einstellung der Rezipienten bedeutet.

Nach BREHM und COHEN³⁾ sowie den Ausführungen von WHITTAKER⁴⁾, der sich wiederum auf die erstgenannten Autoren bezieht, läßt sich dieses Ergebnis aufgrund der FESTINGERschen Theorie der kognitiven Dissonanz interpretieren. Die in einer Aussage enthaltenen und von der eigenen Über-

-
- 1) Vgl.: ROSENBAUM, M. E. und D. E. FRANC: Opinion Change as a Function of External Commitment and Amount of Discrepancy from the Opinion of Another, in: J. Abn. Soc. Psychol. 61, 1960, S. 15 - 20.
 - 2) Vgl.: BERGIN, A. E.: The Effect of Dissonant Persuasive Communications upon Changes in a Self-Referring Attitude, in: J. Pers. 30, 1962, S. 423 - 438.
 - 3) Vgl.: BREHM, J. W. und A. R. COHEN: Explorations in Cognitive Dissonance, a.a.O., S. 246.
 - 4) Vgl.: WHITTAKER, J. O.: Cognitive Dissonance and the Effectiveness of Persuasive Communications, in: Publ. Op. Quart. 28, 1964, S. 547.

zeugung abweichenden kognitiven Elemente lassen, für den Fall, daß das Individuum einer solchen Aussage ausgesetzt wird, eine Dissonanz entstehen, die dann ihrerseits zu einem die Spannung reduzierenden Verhalten führt. Hieraus folgt: Je größer die Kommunikationsdiskrepanz, um so größer die empfundene Dissonanz und um so größer der Einstellungswandel.¹⁾

Bei diesem Erklärungsversuch wird jedoch unterstellt, daß eine Reduktion der kognitiven Dissonanz nur durch Einstellungsänderung vorgenommen werden kann. Tatsächlich ist - darauf wurde bereits an anderer Stelle hingewiesen - Dissonanzreduktion keineswegs immer gleichbedeutend mit Einstellungswandel. Grundsätzlich handelt es sich bei der Dissonanzreduktion durch Einstellungsänderung bzw. konformes Verhalten lediglich um eine von mehreren Möglichkeiten, deren genaue Zahl durch die jeweilige Versuchsanordnung bestimmt wird. Warum die Rezipienten also bei zunehmender Dissonanzerfahrung lediglich mit Meinungsänderung reagieren, wird nicht geklärt.²⁾ Die Frage nach der Präferenz für die eine oder andere Art der Dissonanzreduktion wird in der gegebenen Interpretation zunächst nicht zufriedenstellend beantwortet. Im weiteren Verlauf der Ausführungen bei BREHM und COHEN³⁾ wird im Zusammenhang mit der Erklärung anderer Untersuchungsergebnisse diese Problematik jedoch angeschnitten; darauf wird an entsprechender Stelle noch Bezug genommen.

-
- 1) Vgl.: WHITTAKER, J. O.: Cognitive Dissonance and the Effectiveness of Persuasive Communications, a.a.O.
 - 2) Eine Ausnahme hiervon bildet die Untersuchung von ZIMBARDO. Vgl. hierzu weiter unten in diesem Abschnitt.
 - 3) Vgl.: BREHM, J. W. und A. R. COHEN: Explorations in Cognitive Dissonance, a.a.O., S. 247 f.

Auf einige der neueren Untersuchungen, die zu ähnlichen Ergebnissen wie den vorangehend geschilderten führten, soll an dieser Stelle etwas näher eingegangen werden. Hierbei handelt es sich zunächst um die Studie von HOVLAND und PRITZKER¹⁾, die von der Frage ausgingen, ob Kommunikationen, in denen ein größeres Ausmaß an Einstellungswandel propagiert wird, tatsächlich mehr Einstellungsänderungen hervorbringen als Aussagen, in denen ein geringeres Ausmaß an Einstellungswandel propagiert wird. Um diese Hypothese zu überprüfen, wurde das Ausmaß des propagierten Meinungswandels im Experiment manipuliert. Dies geschah in der Weise, daß unabhängig von der jeweiligen Einstellung der Probanden gegenüber dem Aussagegegenstand drei verschiedene Diskrepanzstufen gebildet wurden, mit denen die Probanden dann in drei verschiedenen Kommunikationen konfrontiert wurden. Die in den Kommunikationen vertretenen Meinungen stammten von hinsichtlich des angesprochenen Themas anerkannten Autoritäten, die als solche allgemein respektiert wurden.

Die Untersuchung erbrachte eine Bestätigung der eingangs aufgestellten Hypothesen. Theoretische Überlegungen bei der Interpretation des Ergebnisses der Studie führten die Autoren jedoch zu der Erwartung, daß die beobachtete positive Korrelation zwischen Ausmaß an Diskrepanz und Ausmaß an Einstellungswandel nur für solche Situationen verallgemeinert werden könnte, in denen ein "positiver" Kommunikator (im Sinne von vertrauenswürdig, mit Prestige ausgestattet, wohlgelitten) herangezogen werde. Bei Verwendung von Kommunikationen, in denen die Meinung eines "negativen" oder auch nur neutralen Kommunikators zum

1) Vgl.: HOVLAND, C. I. und H. A. PRITZKER: Extent of Opinion Change as a Function of Amount of Change Advocated, a.a.O.

Ausdruck käme, müßten, so schließen die Autoren, vermutlich ganz andere Voraussagen in bezug auf die zur Diskussion stehende Beziehung gemacht werden.

LUBIN und FISHER¹⁾ untersuchten die Frage: Führen größere Diskrepanzen im Kommunikationsprozeß zu stärkerer "Beeinflussung" als geringere Diskrepanzen? Die Prüfung dieser Frage erbrachte - je nach der Art und Weise, in der "Beeinflussung" gemessen wurde - unterschiedliche Ergebnisse. Die Beeinflussung wurde zunächst daran gemessen, wie weit sich das Individuum nach erfolgter Kommunikation von seinem ursprünglichen Urteil entfernt hatte ("movement"). Der Grad der Beeinflussung wurde in diesem Fall als Unterschied zwischen der prä- und der postkommunikativen Einstellung der Versuchspersonen zu demselben Einstellungsobjekt ausgedrückt. Bei dieser Vorgehensweise zeigte sich, daß die durchschnittliche Entfernung von der ursprünglichen Einstellung mit zunehmender Diskrepanz größer wurde. Anders war das Ergebnis, als der Grad der Beeinflussung durch den Grad der Konformität ausgedrückt wurde, wobei Konformität gleichbedeutend war mit der Einstellungsänderung des Individuums im Verhältnis zum Abstand zwischen seiner Einstellung und der seines Kommunikationspartners. In Abweichung von dem ersten Ergebnis ("movement") erwies sich die Konformität als eine fallende, nicht lineare, monotone Funktion der Diskrepanz. - Bei dieser Studie zeigt sich bereits, wie schwierig und problematisch die Einteilung verschiedener Untersuchungen in Gruppen ist. Denn dieses letzte Resultat der Untersuchung von LUBIN und FISHER müßte eher der durch Figur 1b) charakterisierten Gruppierung von Arbeiten zugeordnet werden.

1) Vgl.: LUBIN, A. und S. FISHER: Distance as a Determinant of Influence in a Two-Person Continuous Interaction Situation, a.a.O.

Gegenstand der Untersuchung von ZIMBARDO¹⁾ sind einmal die Beziehung zwischen der Meinungsänderung und dem Ausmaß an Diskrepanz, zum anderen die Beziehung zwischen der Meinungsänderung und dem Grad von Ich-Beteiligung bei dem Rezipienten. Zur Klärung dieser Beziehungen geht ZIMBARDO von Hypothesen aus, nach denen das Ausmaß an Meinungsänderung sowohl bei zunehmendem Ausmaß an Diskrepanz als auch bei zunehmender Ich-Beteiligung des Rezipienten steigt.

Da die Variable Ich-Beteiligung im Zusammenhang mit im folgenden noch zu diskutierenden Untersuchungen verschiedentlich auftaucht und dieser Begriff in der Literatur nicht immer einheitlich verwendet wird, sei hier ein kurzer Exkurs gestattet: Bei dem Faktor Ich-Beteiligung handelt es sich nicht um eine Einstellung im Sinne des bereits mehrfach zitierten BESSLERSchen Programms, sondern lediglich um eine Dimension, auf der die Einstellung des Rezipienten zum Gegenstand der Aussage variieren kann. Wie bereits ausgeführt, können Einstellungen auf verschiedenen Dimensionen variieren, von denen eine die Bedeutsamkeit oder Zentralität der Einstellung ist. Die Ich-Beteiligung kann sich auf diese Dimension der Bedeutsamkeit einer Einstellung im Einstellungsgefüge des Individuums beziehen.²⁾ Neben dieser Interpretation werden die Begriffe "ego-involvement" oder "involvement" häufiger in einem spezielleren Sinne gebraucht. HOVLAND, HARVEY und SHERIF³⁾ z.B., aber auch FREEDMAN⁴⁾, auf dessen Untersu-

-
- 1) Vgl.: ZIMBARDO, P. G.: Involvement and Communication Discrepancy as Determinants of Opinion Conformity, a.a.O.
 - 2) Vgl. hierzu: BLEDJIAN, F.: Ergebnisse und neuere theoretische Ansätze über die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten, a.a.O., S. 126 ff.
 - 3) Vgl.: HOVLAND, C. I., O. J. HARVEY und M. SHERIF: Assimilation and Contrast Effects in Reactions to Communication and Attitude Change, in: J. Abn. Soc. Psychol. 55, 1957, S. 244 - 252.

chung noch näher eingegangen werden soll, beziehen sich auf eine ganz spezielle Position auf dem Einstellungs-kontinuum. "That is, involvement will refer to degree of concern about or commitment to a specific response or position."¹⁾ Mit dieser Auffassung des Begriffs wird mehr die Dimension der Intensität einer Einstellung angesprochen.

Eine Unterscheidung in etwas anderer Form macht ZIMBARDO, wenn er von "issue-involvement" und "response-involvement" spricht. Der erste Ausdruck betrifft den "concern with a given issue because it is intrinsically involving and is related to the individual's needs and values".²⁾ Gegenstand in der von ZIMBARDO durchgeführten Untersuchung ist jedoch das "response-involvement". Diese Variante "may be viewed as the individual's concern with the consequences of his response or with the instrumental meaning of his opinion."³⁾ Die Entscheidung für diese Form des "involvement" hat nach Meinung des Autors Vorzüge bei der Messung der Variable: Während "response-involvement" dann in bezug auf ursprünglich neutrale Einstellungen relativ exakt manipuliert werden kann, erscheint eine solche Vorgehensweise bei dem prädispositionalen "issue-involvement" nicht möglich. "This naturalistic kind of issue-involvement often confounds a number of factors, such as initial differences in commitment, social support, information, etc."⁴⁾ Bei der von der

4) Vgl.: FREEDMAN, J. L.: Involvement, Discrepancy, and Attitude Change, in: BACKMAN, C. W. und P. F. SECORD (Hrsg.): Problems in Social Psychology, New York, St. Louis, San Francisco, Toronto, London und Sydney 1966, S. 102 - 108.

1) ebenda, S. 103.

2) ZIMBARDO, P. G.: Involvement and Communication Discrepancy as Determinants of Opinion Conformity, a.a.O., S. 87.

3) ebenda.

4) ebenda.

HOVLAND-Gruppe herangezogenen Variable "involvement" handelt es sich, wie COHEN¹⁾ ausführt, z.B. um die Form des "issue-involvement".

Die Abgrenzung dieser beiden Varianten von Ich-Beteiligung soll hier jedoch nicht weiter erörtert werden, zumal eine solche Unterscheidung in der Literatur keineswegs überall vorgenommen wird. In empirischen Studien, in denen die Ich-Beteiligung Gegenstand der Untersuchung ist, wird in der Regel keine explizite Spezifizierung dieser Art durchgeführt. ZIMBARDO²⁾ weist gegen Ende seiner Ausführungen jedoch auf die Notwendigkeit einer intensiveren Forschung hinsichtlich der Variablen "issue-" und "response-involvement" als Determinanten des Einstellungswandels hin.

Die Studie von ZIMBARDO brachte bei Verwendung verschiedener Maße für Meinungsänderung folgende konsistente Ergebnisse:³⁾

1. Personen mit einem hohen Grad von Ich-Beteiligung änderten ihre Meinung signifikant stärker als Personen mit niedriger Ich-Beteiligung.
2. Das Ausmaß an Meinungsänderung nimmt mit steigender Diskrepanz zwischen Kommunikator und Rezipient signifikant zu.
3. Zwischen dem Grad von Ich-Beteiligung und dem Ausmaß an Diskrepanz konnte keine signifikante Korrelation festgestellt werden.
4. Die Meinungen in der Gruppe, bei der die größte Dissonanz auftrat, änderten sich signifikant stärker als die Meinungen in allen anderen Gruppen. Die Meinungen in der Gruppe mit der geringsten Dissonanz änderten sich am wenigsten.

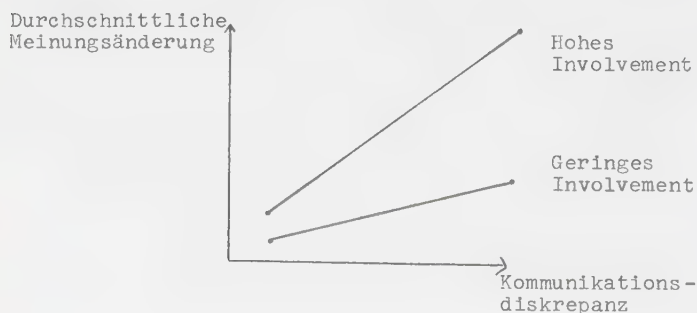
1) Vgl.: COHEN, A. R.: Communication Discrepancy and Attitude Change: A Dissonance Theory Approach, in: J. Pers. 27, 1959, S. 386 - 396, siehe S. 386.

2) Vgl.: ZIMBARDO, P. G.: Involvement, Communication Discrepancy, and Conformity, a.a.O.

3) Vgl. ebenda, S. 93.

Diese Ergebnisse stimmen mit den Voraussagen der Dissonanztheorie überein. Bei allen experimentellen Bedingungen handelte es sich um einen im hohen Maße positiv bewerteten Kommunikator. Dies bedeutete, daß bei zunehmender Diskrepanz ebenso wie bei zunehmender Ich-Beteiligung die Dissonanz bei den Rezipienten größer wurde. Eine besondere Verstärkung der Dissonanz erlebten dabei die Personen mit hoher Ich-Beteiligung, als sie mit einer zunehmend größeren Diskrepanz konfrontiert wurden. Aufgrund der experimentellen Anordnung, in welcher die Heranziehung eines in hohem Maße glaubwürdigen Kommunikators vorgesehen war, wurden alle Möglichkeiten der Dissonanzreduktion außer der Meinungsänderung - in diesem Falle also auch ihre "klassische" Alternative, die Herabwürdigung des Kommunikators - ausgeschlossen. Aus diesem Grunde kam es bei zunehmender Dissonanz lediglich zu ständig zunehmender Meinungsänderung in allen Gruppen, besonders aber in der Gruppe der Personen mit hoher Ich-Beteiligung, wie das nachfolgende Schaubild zeigt.

Figur 2:¹⁾



1) Vgl.: ZIMBARDO, P. G.: Involvement, Communication Discrepancy, and Conformity, a.a.O., S. 90.

Ausgehend von der in zahlreichen Studien festgestellten Beziehung, nach der das Ausmaß des Einstellungswandels um so größer wird, je mehr sich die Diskrepanz verstärkt, suchte COHEN¹⁾ nach den Bedingungen, die diese Relation näher bestimmen. Hierbei konnte er im Gegensatz zu dem bisher vorwiegend erzielten Ergebnis hinsichtlich des untersuchten Zusammenhangs bei Vorliegen einer bestimmten Verhaltensdisposition des Rezipienten u.a. eine Korrelation feststellen, die durch eine fallende, lineare, monoton verlaufende Kurve (Figur 1b) gekennzeichnet ist.

Bei den von COHEN in seiner Arbeit untersuchten Variablen handelt es sich um eine der verschiedenen Formen des "commitment".²⁾ Nach Auffassung von COHEN spielt das Ausmaß der Anstrengung oder Bemühung, die aufgewandt wurden, um die in einer Aussage vertretene und von der eigenen Einstellung abweichende Position zu verstehen, eine Rolle für den Ablauf der Beziehung zwischen Diskrepanz und Einstellungswandel. Gemäß seinem von der Dissonanztheorie abgeleiteten theoretischen Bezugsrahmen formuliert COHEN seine zentrale Hypothese: Bei einem höheren, aber nicht bei einem geringeren Grad an bewußt aufgewendeter Anstrengung tritt bei größer werdender Diskrepanz zwischen der ursprünglichen Position und der neuen Information in zunehmendem Maße kognitive Dissonanz auf, was wiederum zu steigendem Einstellungswandel führt.

1) Vgl.: COHEN, A. R.: Communication Discrepancy and Attitude Change: A Dissonance Theory Approach, a.a.O.

2) "Commitment" verstanden im Sinne von Bindung an etwas, Verpflichtung gegenüber etwas. Ein solches "commitment" liegt nach der Auffassung von BREHM und COHEN vor "when a person involves himself in some way with a contrary communication, when he advocates it, when he works over it, when he agrees to expose himself to it, and so forth". BREHM, J. W. und A. R. COHEN: Explorations in Cognitive Dissonance, a.a.O., S. 246.

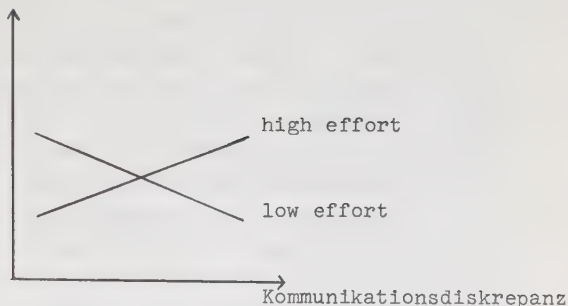
Die Prüfung dieser Hypothesen ergab, daß das Vorliegen einer nur geringen Anstrengung ("low effect condition"), zu einem direkten Widerstand führte, die Information anzunehmen: Das Ausmaß des Einstellungswandels im Sinne der propagierten Einstellung war um so größer, je geringer die Kommunikationsdiskrepanz wurde. Unter der Bedingung einer großen Anstrengung ("high effort condition") erfüllten sich die Erwartungen der Dissonanztheorie: Das Ausmaß des Einstellungswandels war um so größer, je größer die Diskrepanz wurde.¹⁾ Die mit zunehmender Diskrepanz steigende Dissonanz zwischen dem Verhalten (Anstrengung) des Individuums und seinen Kognitionen (ursprüngliche Einstellung) wurde reduziert, indem die Kognitionen mit dem Verhalten in Übereinstimmung gebracht wurden, d.h. es erfolgte ein Einstellungswandel in Richtung auf die in der Aussage vertretene Einstellung, um deren Verständnis das Individuum sich sehr bemüht hatte.²⁾ Im Vergleich zu ZIMBARDO wird bei COHEN jedoch nicht eindeutig genug geklärt, warum die Dissonanzreduktion vor allem durch Einstellungswandel vorgenommen wird. Zur Ergänzung des Schaubildes auf S. 75, in dem aus Gründen des Zusammenhanges mit anderen Figuren nur eine der von COHEN gefundenen Korrelationen dargestellt wurde, seien an dieser Stelle beide Ergebnisse der Untersuchung in sehr vereinfachter Form graphisch dargestellt.

1) Vgl.: COHEN, A. R.: Communication Discrepancy and Attitude Change: A Dissonance Theory Approach, a.a.O., S. 396.

2) Vgl. ebenda, S. 388.

Figur 3:

Einstellungswandel



In der von HOVLAND, HARVEY und SHERIF¹⁾ durchgeführten Untersuchung über den Einfluß verschiedener Argumentationen zum Thema Prohibition kamen die Autoren zu einem Ergebnis, das von dem Resultat einer anderen von HOVLAND und PRITZKER unternommenen Studie abweicht.²⁾ Es konnte nämlich festgestellt werden, daß Kommunikationen, in denen für die Aufhebung der Prohibition argumentiert wurde, bei den Probanden den größten Effekt im Sinne der Aussage erzielten, die in nur gemäßigter Form (mittlere Diskrepanz) für ihre Beibehaltung eintraten. Bei den überzeugten Befürwortern der Prohibition (große Diskrepanz) bewirkte die Kommunikation dagegen eine Erhärtung ihrer Position gegen die Aufhebung. Dieser "reinforcement-effect" im Sinne einer Bekräftigung einer Einstellung erzielte im Hinblick auf die Intention des Kommunikators bzw. der Kommunikation also sogar einen "boomerang-effect". Zu ähnlichen Resultaten kamen SHERIF und HOVLAND³⁾, als sie in einem Experiment republikanisch

1) Vgl.: HOVLAND, C. I., O. J. HARVEY und M. SHERIF: Assimilation and Contrast Effects in Reactions to Communication and Attitude Change, a.a.O.

2) Vgl.: HOVLAND, C. I. und H. A. PRITZKER: Extent of Opinion Change as a Function of Amount of Change Advocated, a.a.O.; vgl. hierzu auch die Ausführungen auf S. 79 der vorliegenden Arbeit.

3) Vgl.: SHERIF, M. und C. I. HOVLAND: Social Judgment, a.a.O., S. 136 ff.

und demokratisch eingestellte Studenten mit Aussagen konfrontierten, die von stark prorepublikanisch bis zu stark prodemokratisch reichten.

Damit war in der Erforschung des Zusammenhangs zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel eine Wendung eingetreten, welche in der begründeten Annahme bestand, daß es sich bei dem Verhältnis dieser beiden Faktoren zueinander nicht um eine monotone (und damit auch nicht um eine lineare) Beziehung handele. HOVLAND machte den Versuch, die Inkonsistenz der Ergebnisse in den bisherigen Untersuchungen, die sich in zum Teil gegenläufigen oder zumindest nicht übereinstimmenden Korrelationen zeigte, zu überwinden, indem er es sowohl in der oben bereits zitierten Studie¹⁾ als auch durch eine weitere Untersuchung²⁾ unternahm, die genaue Beziehung zwischen Diskrepanz und Einstellungswandel näher zu spezifizieren.

Die Gruppe um HOVLAND ging bei der näheren Bestimmung dieses Zusammenhangs von der Vermutung aus, daß die nichtübereinstimmenden Forschungsergebnisse von dem Umstand herrührten, daß einige Forscher in ihren Untersuchungen einen Gegenstand gewählt hatten, demgegenüber eine hohe Ich-Beteiligung³⁾ bei den Probanden vorlag, andere Forscher dagegen einen Gegenstand verwandt hätten, demgegenüber eine geringe Ich-Beteiligung existierte. Lediglich bei geringer Ich-Beteiligung käme es bei größer werdender Diskrepanz zu steigendem Einstellungswandel, während bei hoher Ich-Beteiligung das Ausmaß des Einstel-

1) Vgl.: HOVLAND, C. I., O. J. HARVEY und M. SHERIF: Assimilation and Contrast Effects in Reactions to Communication and Attitude Change, a.a.O.

2) Vgl.: HOVLAND, C. I.: Reconciling Conflicting Results Derived from Experimental and Survey Studies of Attitude Change, in: Amer. Psychologist 14, 1959, S. 8 - 17.

3) Bei HOVLAND findet sich die Form des "issue-involvement".

lungswandels mit zunehmender Diskrepanz zurückgehe.¹⁾

Zur Erklärung dieses Zusammenhangs zwischen Ich-Beteiligung, Diskrepanz und Einstellungswandel bezieht sich die HOVLAND-Gruppe auf die "Judgmental-Theory"²⁾, nach der der Beurteilungsprozeß hinsichtlich des Standorts von Kommunikationen unter der Voraussetzung, daß die in der Aussage vertretene Position nicht ganz eindeutig ist, durch den "Assimilations-Kontrast-Effekt" gekennzeichnet ist. Die aufgrund dieses Effekts gemachten Voraussagen haben folgenden Inhalt: Je größer die Diskrepanz zwischen der Position eines Individuums und der propagierten Position in bezug auf einen bestimmten Aussagengegenstand, in um so größerer Entfernung wird die propagierte Position vom Individuum wahrgenommen ("contrast effect"). Wenn jedoch nur eine geringe Diskrepanz zwischen den Positionen existiert, besteht für das Individuum die Tendenz, die Position des Kommunikationspartners in größerer Nähe zur eigenen Position zu sehen ("assimilation effect").³⁾ Je nach dem Ausmaß der Diskrepanz wird also die in der Aussage vertretene Einstellung entweder als von der eigenen Einstellung weiter entfernt oder näher wahrgenommen, als sie tatsächlich ist. Die jeweiligen Assimilations- bzw. Kontrastregionen sind theoretisch determiniert durch den Annahme- oder Toleranzbereich ("latitude of acceptance")

1) Vgl.: HOVLAND, C. I., O. J. HARVEY und M. SHERIF: Assimilation and Contrast Effects in Reactions to Communication and Attitude Change, a.a.O.; - HOVLAND, C. I.: Reconciling Conflicting Results Derived from Experimental and Survey Studies of Attitude Change, a.a.O.

2) Vgl.: SHERIF, M. und C. I. HOVLAND: Social Judgment, a.a.O.

3) Vgl. ebenda, S. 149.

und den Ablehnungs- oder Intoleranzbereich ("latitude of rejection")¹⁾. Solange die gegebene Information in den Annahmehereich fällt, wird sie aufgrund des Assimilations-effekts als noch näher wahrgenommen und größere Diskrepanzen werden zu einem größeren Einstellungswandel führen; sobald die Information jedoch in den Ablehnungsbereich fällt, erscheint aufgrund des Kontrasteffekts die Entfernung zur Position des Individuums größer als sie ist, und zunehmende Diskrepanzen führen zu nur noch geringem oder negativem Einstellungswandel ("boomerang-effect"). Extrem diskrepante Informationen fallen bei Individuen mit hoher Ich-Beteiligung gegenüber dem Gegenstand der Aussage in den Ablehnungsbereich, was zur Folge hat, daß die Information zurückgewiesen und nicht angenommen (Einstellungswandel) wird.

Das von FREEDMAN²⁾ durchgeführte Experiment knüpfte nun direkt an die Untersuchungen von HOVLAND u.a. an. FREEDMAN kritisierte, daß die Erklärung, die HOVLAND u.a. für den oben beschriebenen Vorgang geben, nicht zufriedenstellend wäre; denn es bliebe die entscheidende Frage, w a r u m anstelle von Einstellungswandel eine Ablehnung der Information erfolge, unbeantwortet. Statt einer Erklärung gäben HOVLAND und seine Mitarbeiter nicht viel mehr als eine Beschreibung des Vorgangs auf der Grundlage der Konzepte "latitude of acceptance" und "latitude of rejection".³⁾

-
- 1) Dabei werden der Annahme- und der Ablehnungsbereich operational definiert durch die Reihe von Positionen auf dem Einstellungskontinuum, die das Individuum annehmbar bzw. unannehmbar findet.
 - 2) Vgl.: FREEDMAN, J. C.: Involvement, Discrepancy, and Attitude Change, a.a.O.
 - 3) Vgl. ebenda, S. 106.

Zielsetzung der Arbeit von FREEDMAN war es, eine der Bedingungen näher zu bestimmen, unter denen in der Beziehung zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel das Ausmaß des Einstellungswandels am größten ist. Dabei ging er von der Vorstellung aus, daß zwischen Diskrepanz und Einstellungswandel ungeachtet des Grades an Ich-Beteiligung in bezug auf die ursprüngliche Position von Individuen eine nichtmonotone Beziehung besteht, daß aber die Variable Ich-Beteiligung eine wichtige Determinante für die Bestimmung desjenigen Ausmaßes an Diskrepanz ist, bei dem ein Maximum an Einstellungswandel auftritt. Im Anschluß an diese Vermutungen formulierte er die in seinem Experiment zu überprüfende Hypothese, nach der ein Maximum an Einstellungswandel unter der Bedingung einer hohen Ich-Beteiligung bei einer gemäßigten Diskrepanzstufe zu erwarten ist als unter der Bedingung einer niedrigen "Ich-Beteiligung".

In der Untersuchung wurde diese Hypothese bestätigt. Unter der Bedingung einer hohen Ich-Beteiligung ist das Ausmaß des Einstellungswandels dann am größten, wenn das Ausmaß der Diskrepanz gemäßigt ist (mittlerer Wert zwischen niedrig und hoch). Die Beziehung zwischen Diskrepanz und Einstellungswandel ist unter beiden Bedingungen als nichtmonoton anzusehen, obwohl sie bei niedriger Ich-Beteiligung für einen weiten Diskrepanzbereich zunächst monoton ist und die Kurve einen ansteigenden Verlauf zeigt.

Zur Erklärung seiner Ergebnisse wies FREEDMAN darauf hin, daß die Schwierigkeit einer Einstellungsänderung als eine Funktion der Kommunikationsdiskrepanz angesehen werden muß; die Zurückweisung der Kommunikation dagegen wird mit zunehmender Diskrepanz nicht schwieriger. Das bedeutet,

daß ein Maximum an Einstellungswandel genau an dem Punkt auf dem Diskrepanzkontinuum auftritt, wo der Widerstand gegenüber der Meinungsänderung gerade noch etwas geringer ist als der Widerstand gegenüber der Zurückweisung. Weil eine Zunahme von Ich-Beteiligung im Hinblick auf die ursprünglich eingenommene Position die Änderung der Meinung schwieriger macht, verringert sie gleichzeitig das Ausmaß an Diskrepanz, bei dem die Kurve ihre Richtung ändert, bei dem also das Maximum an Einstellungswandel erreicht ist. Das ist dann genau der Punkt, an dem der Ablehnungsbereich ("latitude of rejection") beginnt.

Die von FREEDMAN¹⁾ gegebene Erklärung erscheint jedoch auch noch lückenhaft. Denn es kann die Frage nicht beantwortet werden, w a r u m es gerade an einem ganz bestimmten Punkt auf dem Diskrepanzkontinuum (mittlere Diskrepanz) und nicht an irgendeiner anderen Stelle für das Individuum schwieriger wird, seine Meinung zu ändern als sie zurückzuweisen. Welche psychologischen Prozesse hier schließlich und endlich eine Rolle spielen, kann FREEDMAN nicht entscheiden. Insofern bleibt seine Erklärung, ebenso wie die der meisten Forscher auf dem Gebiet, in erster Linie eine ad hoc Erklärung. Sein theoretischer Ansatz erlaubt im wesentlichen lediglich nachträglich gegebene Plausibilitätserklärungen, ermöglicht jedoch keine zuverlässigen Voraussagen.

Im Anschluß an die Untersuchung von FREEDMAN soll in einem Exkurs auf ein Versäumnis hingewiesen werden, das sowohl in dieser Untersuchung als auch in den Studien von HOVLAND u.a. und ZIMBARDO mehr oder weniger offen-

1) Vgl.: FREEDMAN, J. L.: Involvement, Discrepancy, and Attitude Change, a.a.O., S. 102 und 107.

kundig wird.¹⁾ Hierbei handelt es sich um das Problem der Wahrnehmung der in den verschiedenen Versuchsanordnungen unterschiedlich manipulierten experimentellen Bedingung der Kommunikationsdiskrepanz. Wenn Probanden mit Aussagen konfrontiert werden, in denen nach dem Urteil des Forschers Einstellungen propagiert werden, die in unterschiedlicher Weise von den ursprünglichen Einstellungen der Probanden abweichen, so ist damit keineswegs gewährleistet, daß die Probanden die Abweichungen in der gleichen Weise wahrnehmen, wie es der Intention des Forschers entspricht. Für die Überprüfung der aufgestellten Hypothesen ist es jedoch von Bedeutung, daß die Rezipienten bei der Konfrontation mit beispielsweise geringen, mittleren und großen Kommunikationsdiskrepanzen die in der Aussage vertretenen Einstellungen auch tatsächlich in einer geringen, mittleren und großen Entfernung von der eigenen Einstellung wahrnehmen. Zumindest, was die genannten Untersuchungen betrifft, tauchen in dieser Hinsicht Zweifel auf. Um die Übereinstimmung von vorgegebenen und wahrgenommenen Kommunikationsdiskrepanzen in einem möglichst hohen Maße zu gewährleisten, müßte diese Frage für jede Untersuchung zum gesonderten Gegenstand einer empirischen Überprüfung werden. Eine andere, mit weniger Aufwand verbundene Möglichkeit, diesbezüglich weitgehende Übereinstimmung zu erzielen, besteht in einer entsprechenden Gestaltung der Versuchsanordnung.²⁾

WHITTAKER³⁾, der bereits mehrfach zitiert wurde, führte eine Untersuchung zur Prüfung verschiedener Hypothesen durch, mit dem Ziel, die Beziehungen zwischen Kommunika-

1) Vgl. dazu die Ausführungen von ATKINS, A. L., K. K. DEAUX und J. BIERI: Latitude of Acceptance and Attitude Change, in: J. Pers. Soc. Psychol. 6, 1967, S. 48.

2) Vgl. die in dem vorliegenden Experiment eingeschlagene Vorgehensweise bei der Manipulation der Diskrepanz.

3) Vgl.: WHITTAKER, J. O.: Cognitive Dissonance and the Effectiveness of Persuasive Communications, a.a.O.

tionsdiskrepanz und Einstellungswandel weiter zu klären und damit einen Beitrag zur Überwindung der aufgezeigten inkonsistenten Forschungsergebnisse auf diesem Gebiet zu leisten. Die theoretische Grundlage bildete dabei die auf das Assimilations-Kontrast-Konzept¹⁾ zurückgehende Vorstellung von Annahme- und Ablehnungsbereichen. Die Brauchbarkeit dieses theoretischen Ansatzes vergleicht er dann mit dem, was die Dissonanztheorie zur Erklärung der hier geprüften Zusammenhänge zu leisten imstande ist.

Nach der im Mittelpunkt der Arbeit von WHITTAKER stehenden Hypothese existiert zwischen dem Ausmaß des Einstellungswandels und dem Grad der Kommunikationsdiskrepanz eine grundsätzlich nichtlineare und damit auch nicht monotone Beziehung. Es wurde angenommen, daß es einen optimalen Diskrepanzgrad gebe, welcher zu einem Maximum an Einstellungswandel führe und daß bei allen anderen Diskrepanzgraden das Ausmaß des erzielten Einstellungswandels geringer sei. Weiterhin vermutete der Autor, daß bei einem extrem hohen Diskrepanzgrad ein negativer Einstellungswandel auftreten würde, also eine Wirkung entstehe, die als "boomerang-effect" bezeichnet wird.²⁾ Hierauf formulierte der Autor sehr präzise, welche verschiedenen Reaktionen im Verhalten von Rezipienten bei Variationen der Kommunikationsdiskrepanz seiner Meinung nach zu erwarten seien.

Gegenstand der Untersuchung von WHITTAKER waren jedoch noch einige zusätzliche Hypothesen.³⁾ Die erste hiervon

1) Vgl.: SHERIF, M. und C. I. HOVLAND: Social Judgment, a.a.O.

2) Vgl.: WHITTAKER, J. O.: Cognitive Dissonance and the Effectiveness of Persuasive Communication, a.a.O., S. 550.

3) Vgl. ebenda.

besteht in der Behauptung, daß die positive Beurteilung einer Kommunikation im Hinblick auf Fairneß und Objektivität des in ihr vertretenen Standpunkts in dem Maße abnimmt, wie die Diskrepanz zwischen der in der Aussage enthaltenen Einstellung und der Einstellung des Rezipienten zunimmt. Die zweite über die zentrale These hinaus hier aufgestellte und überprüfte Hypothese betrifft den Prozeß der Wahrnehmung der in einer Aussage vertretenen Einstellung durch den Rezipienten. Dabei ging WHITTAKER von der Überlegung aus, daß die Wahrnehmung der in einer Aussage geäußerten Einstellung gegenüber einem bestimmten Aussagengegenstand abhängig sein könne von der Einstellung, die der Rezipient selbst gegenüber dem gleichen Gegenstand hat. Der vermutete Zusammenhang gestalte sich dann in der Weise, daß bei Vorliegen einer geringen Kommunikationsdiskrepanz die in der Aussage enthaltene Einstellung als der eigenen Einstellung näher wahrgenommen würde, als es der Wirklichkeit entspricht. Dieser Umstand, so nahm WHITTAKER an, würde dazu führen, daß die Rezipienten die in der Aussage enthaltene Einstellung im Sinne ihrer eigenen Einstellung verändern bzw. umdeuten. Größer werdende Kommunikationsdiskrepanzen würden hingegen die Neigung des Individuums, eine solche Umdeutung vorzunehmen, immer mehr verringern.

Die letzte der von WHITTAKER untersuchten Hypothese schließlich lautet: Personen, deren Einstellungen gegenüber einem bestimmten Gegenstand sehr extrem sind, zeigen die Tendenz, mehr Positionen auf dem Einstellungskontinuum zurückzuweisen als anzunehmen (Assimilationseffekt im Annahmehereich). Die Toleranz gegenüber andersartigen Standpunkten zu einem bestimmten Thema nimmt also mit zunehmender Extremität der vom Individuum eingenommenen Einstellung ab.

In der Untersuchung wurden diese Hypothesen bestätigt. Gemäß der zentralen Hypothese zeigte sich ein Verlauf des Einstellungswandels, der in Abhängigkeit von dem Ausmaß der Diskrepanz durch ein Ansteigen und nach Erreichung eines Höhepunktes durch einen Abfall der Kurve gekennzeichnet war. In Übereinstimmung mit der Hypothese trat das erwartete Maximum an Einstellungswandel weder bei einer sehr geringen, noch bei einer sehr großen Kommunikationsdiskrepanz auf. Bei der größten verwendeten Diskrepanzstufe zeigte sich entsprechend der Vermutung ein "boomerang-effect". Für die Berechtigung der Annahmen über die Beurteilungen der Versuchspersonen hinsichtlich der Objektivität etc. von Kommunikationen, über die Einordnung von in der Aussage vertretenen Positionen sowie über ihre Reaktion auf in den Annahmebereich fallende Einstellungen konnte ebenfalls empirische Evidenz gesammelt werden.

Im Verlauf der vom Autor gegebenen Interpretation¹⁾ der Untersuchungsergebnisse wird ausgeführt, daß jede Einstellung einer Person durch einen Annahmebereich (Toleranzspielraum) und durch einen Bereich der Ablehnung gekennzeichnet sei. Dabei kann die Relation dieser beiden Bereiche zueinander von einer Einstellung zur anderen - auch bei ein und derselben Person - variieren. Demnach ist jede Einstellung durch eine Struktur gekennzeichnet, die durch unterschiedlich große Anteile des jeweiligen Annahme- und Ablehnungsbereichs bestimmt wird. Das Ausmaß der beiden Bereiche einer Einstellung ist abhängig von bestimmten Faktoren, die nach der hier vertretenen Auffas-

1) Vgl.: WHITTAKER, J. O.: Cognitive Dissonance and the Effectiveness of Persuasive Communications, a.a.O., S. 554 f.

sung als Dimension der Einstellung zum Gegenstand der Aussage betrachtet werden. Hierbei handelt es sich um die von WHITTAKER in seiner letzten Hypothese angesprochene Extremität der Einstellung sowie die Rolle der bereits bei HOVLAND u.a.¹⁾, FREEDMAN²⁾ etc. diskutierten Dimension Bedeutsamkeit (Ich-Beteiligung) der Einstellung gegenüber einem bestimmten Aussagegegenstand.

Die Ausdehnung der jeweiligen mit einer Einstellung verbundenen Annahme- und Ablehnungsbereiche stellt sich also als eine Funktion der Dimensionen Extremität und Bedeutsamkeit bzw. Zentralität der Einstellung zum Kommunikationsgegenstand dar. Im Anschluß hieran schien der Schluß gerechtfertigt, daß Aussagen, in denen Einstellungen vertreten werden, die für die rezipierende Person in den Annahmebereich fallen und dazu der eigenen Einstellung noch ziemlich nah sind, zu den relativ geringsten Einstellungsänderungen führen. Das Ausmaß der Einstellungsänderung steigt dann mit größer werdender Kommunikationsdiskrepanz, jedoch nur solange, wie die in der Aussage eingenommene Position in den Annahmebereich der Versuchsperson fällt. Erreicht die Position in der Aussage schließlich den Ablehnungsbereich des Individuums (definiert als große Diskrepanzen), so nimmt konsequenterweise von hier an das Ausmaß des Einstellungswandels ab. Nimmt die Kommunikationsdiskrepanz noch weiter zu, so daß die Position in der Aussage immer mehr in den Ablehnungsbereich fällt, resultiert daraus ein negativer Einstellungswandel ("boomerang-effect").

-
- 1) Vgl.: HOVLAND, C. I., O. J. HARVEY und M. SHERIF: Assimilation and Contrast Effects in Reactions to Communication and Attitude Change, a.a.O.
 - 2) Vgl.: FREEDMAN, J. L.: Involvement, Discrepancy, and Attitude Change, a.a.O.

Gezielte Versuche, Einstellungsänderungen zu erreichen, sind also nur möglich, so betont WHITTAKER, wenn Kenntnisse über die jeweiligen Anteile der Annahme- und Ablehnungsbereiche der Einstellungen eines Individuums bestehen. Für den Fall, daß eine Gruppe von Rezipienten dazu gebracht werden soll, aufgrund einer Aussage ihre Einstellung zu einem ganz bestimmten Aussagengegenstand zu ändern, so kann das wirkungsvoll nur geschehen, wenn die durchschnittliche Ausdehnung von Annahme- und Ablehnungsbereich der betreffenden Rezipientengruppe oder einfach ihre durchschnittliche Position auf dem Einstellungskontinuum bekannt ist. Nehmen die Rezipienten gegenüber einem bestimmten Gegenstand eine gemäßigte oder mittlere Position ein und liegt in bezug auf den Gegenstand der Aussage keine hohe Ich-Beteiligung (großer Annahmebereich) vor, so ist es im Hinblick auf das Ausmaß des Einstellungswandels am wirkungsvollsten, wenn in der Aussage eine Einstellung vertreten wird, die von der Einstellung der Rezipienten stark abweicht. Bestehen gegenüber dem verwendeten Gegenstand jedoch sehr extreme Ansichten mit hoher Ich-Beteiligung (geringer Annahmebereich), so sind Einstellungsänderungen im Sinne der propagierten Einstellung vermutlich nur dann zu erwarten, wenn die Kommunikationsdiskrepanz gering ist.

Nach der Auffassung WHITTAKERS lassen sich die Ergebnisse der Untersuchung auf der Grundlage der Dissonanztheorie nicht ausreichend erklären.¹⁾ Zur Begründung führte er aus, daß größere Kommunikationsdiskrepanzen zwar das Auftreten von größerer kognitiver Dissonanz

1) Vgl.: WHITTAKER, J. O.: Cognitive Dissonance and the Effectiveness of Persuasive Communications, a.a.O., S. 555.

hervorrufft, Ergebnisse empirischer Untersuchungen aber gezeigt haben, daß diese größere Dissonanz nicht durch Einstellungswandel reduziert werde. Der Autor wies dann darauf hin, daß ein solches Verhalten bekanntlich nicht die einzige der von FESTINGER erkannten Möglichkeiten der Dissonanzreduktion sei. Daher könne es sein, daß Probanden, bei denen eine geringe kognitive Dissonanz auftritt, diese durch Einstellungswandel reduzieren, während Probanden, bei denen eine große kognitive Dissonanz entsteht, diese auf andere Weise reduzieren.

Dieser Hinweis läuft, ohne daß es von WHITTAKER ausdrücklich gesagt wird, auf den Einwand hinaus, daß die Dissonanztheorie weder darüber informiert, bis zu welchem Diskrepanzgrad die Dissonanz durch Einstellungswandel reduziert wird, noch von welcher anderen Möglichkeit der Reduktion Gebrauch gemacht wurde. Zur Klärung dieser Fragen hält WHITTAKER das Konzept der Annahme- und Ablehnungsbereiche für geeigneter. Dies, so führte der Autor aus, gilt nicht nur für die Interpretation der speziellen Ergebnisse seiner Untersuchung, sondern vor allem im Hinblick auf die Möglichkeiten, die dieser Ansatz bietet, um die Wirksamkeit der auf Überredung von Rezipienten abzielenden Kommunikationen zu erhöhen.¹⁾

Die Bedingungen für den Ablauf des Beurteilungsvorgangs im Kommunikationsprozeß untersuchten auch WARD²⁾, DILLEHAY³⁾

-
- 1) Zur weiteren Stellungnahme gegenüber der Untersuchung von WHITTAKER vgl. die Ausführungen über die beiden verwendeten theoretischen Konzepte am Ende dieses Kapitels.
 - 2) Vgl.: WARD, Ch. D.: Ego Involvement and the Absolute Judgment of Attitude Statements, in: J. Pers. Soc. Psychol. 2, 1965, S. 202 - 208.
 - 3) Vgl.: DILLEHAY, R. S.: Judgmental Processes in Response to a Persuasive Communication, in: J. Pers. Soc. Psychol. 1, 1965, S. 631 - 641-

und, wie bereits zitiert, ATKINS, DEAUX und BIERI¹⁾. Ohne daß die Konsequenzen für den Einstellungswandel Gegenstand der Untersuchung waren, zeigte sich in der Studie von WARD, daß die Beurteilung von "Items" von dem Grad der Ich-Beteiligung des Beurteilenden beeinflußt wurde. Je höher der Grad der Ich-Beteiligung war, um so weiter entfernt von der eigenen Position wurden mit der eigenen Einstellung nicht übereinstimmende Items eingeordnet. In Übereinstimmung mit den Ergebnissen von WHITTAKER deutet dieses Resultat ebenfalls auf die Existenz eines relativ geringen Annahmebereichs bei Personen mit hoher Ich-Beteiligung gegenüber dem angesprochenen Einstellungsgegenstand hin. Zu einem entsprechenden Ergebnis kam auch DILLEHAY, dessen speziellere Hypothesen auf den sich als richtig erweisenden Annahmen basierten, daß sowohl die Einstellung von Personen, die im Vergleich zu anderen mit dem angesprochenen Aussagengegenstand mehr vertraut sind als auch die Einstellung von Personen, bei denen im Vergleich zu anderen eine höhere Ich-Beteiligung im Hinblick auf den Gegenstand vorliegt, einen geringeren Annahmebereich und einen größeren Ablehnungsbereich haben. DILLEHAY unternahm im Anschluß an die Darstellung seiner Ergebnisse den Versuch, diese nicht nur auf der Grundlage des Assimilations-Kontrast-Effekts zu erläutern, sondern eine Interpretation des Ablaufs von Beurteilungsprozessen mit Hilfe des Konzepts der kognitiven Dissonanz zu geben.

DEAUX und BIERI beschäftigten sich mit dem Problem der Wahrnehmung von Kommunikationen bzw. Kommunikationsdiscrepanzen und dem hierauf basierenden Beurteilungsprozeß von Aussagen. Aufgrund ihrer Ergebnisse kamen die Autoren zu dem Schluß, daß es für das Ausmaß des Einstellungswandels nicht auf die tatsächliche, sondern auf die von

1) Vgl.: ATKINS, A. L., K. K. DEAUX und J. BIERI:
Latitude of Acceptance and Attitude Change, a.a.O.

den Rezipienten wahrgenommene Kommunikationsdiskrepanz ankomme (wobei jedoch beide übereinstimmen können). Die wahrgenommene Kommunikationsdiskrepanz bestimmt dann nicht für sich genommen, sondern nur im Zusammenhang mit anderen Persönlichkeits- und situationalen Variablen (Einstellungen und Dimensionen von Einstellungen) die Größe des Einstellungswandels, der vor dem Hintergrund von Annahme- und Ablehnungsbereichen gesehen wird. Bei Versuchspersonen, die eine Kommunikation in der Weise wahrnahmen, daß sie in ihren Annahmebereich fiel, kam es in den Beurteilungen weit häufiger zu einer assimilierenden Verzerrung ("assimilative distortion") der Kommunikationen als bei Versuchspersonen, die die Aussage als in ihren Ablehnungsbereich gehörend wahrnahmen.

In die Gruppe derer, die in ihrer Studie eine nichtmonotone Beziehung zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel feststellten, gehören auch ARONSON, THURNER und CARLSMITH¹⁾. Die Autoren untersuchten die Beziehung zwischen diesen beiden Variablen in Abhängigkeit von dem Faktor "Glaubwürdigkeit des Kommunikators" und interpretierten ihre Ergebnisse auf der Grundlage der Dissonanztheorie. Insbesondere galt dabei ihr Interesse der Klärung der Frage, unter welchen Bedingungen verschiedene Arten der Reduktion einer kognitiven Dissonanz gewählt werden.

ARONSON, TURNER und CARLSMITH gingen in ihrer Untersuchung von den nichtübereinstimmenden Ergebnissen über den Zusammenhang zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel und den Versuchen in der Literatur, diese Inkon-

1) Vgl.: ARONSON, E., J. A. TURNER und J. M. CARLSMITH: Communicator Credibility and Communication Discrepancy as Determinants of Opinion Change, in: J. Abn. Soc. Psychol. 67, 1963, S. 31 - 36.

sistenz zu überwinden, aus. HOVLAND u.a.¹⁾ hatten, wie oben bereits ausgeführt, diese Nichtübereinstimmung durch Einführung der Variable Ich-Beteiligung beseitigen wollen und eine monotone Beziehung mit ansteigendem Kurvenverlauf nur für den Fall vorausgesagt, daß es sich um Probanden mit einer geringen Ich-Beteiligung gegenüber dem Gegenstand der Aussage handele. FESTINGER und ARONSON²⁾, deren Ausführungen auf der Dissonanztheorie basierten, erklärten die unterschiedlichen Ergebnisse durch ein Zusammenwirken der Variablen Kommunikationsdiskrepanz und Glaubwürdigkeit des Kommunikators.³⁾ Die Autoren der hier zu diskutierenden Untersuchung knüpften an die von FESTINGER und ARONSON durchgeführte Analyse an und versuchten, mit Hilfe eines Experiments nicht nur die Struktur der Beziehungen zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel näher zu beleuchten, sondern gleichzeitig bestimmte Hypothesen der Dissonanztheorie weiter zu überprüfen, damit in Zukunft aufgrund dieser Theorie zuverlässigere Voraussagen als bisher gemacht werden können.

Gemäß der FESTINGERSchen Theorie tritt bei einem Individuum, dessen Einstellung von der in einer Aussage durch einen glaubwürdigen Kommunikator propagierten Einstellung abweicht, kognitive Dissonanz auf. Denn das

-
- 1) Vgl.: HOVLAND, C. I., O. J. HARVEY und M. SHERIF: Assimilation and Contrast Effects in Reactions to Communication and Attitude Change, a.a.O.
 - 2) Vgl.: FESTINGER, L. und E. ARONSON: The Arousal and Reduction of Dissonance in Social Contexts, in: CARTWRIGHT, D. und A. ZANDER (Hrsg.): Group Dynamics: Research and Theory, Evanston 1960, 2. Aufl., S. 214 - 231.
 - 3) Auf eine mögliche Bedeutung dieser Variable im Hinblick auf den Zusammenhang zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel hatten HOVLAND u.a. bereits hingewiesen. Vgl. hierzu S. 79 dieser Arbeit.

Wissen, gegenüber einem bestimmten Gegenstand eine ganz bestimmte Einstellung zu haben, ist dissonant mit dem gleichzeitig vorhandenen Wissen, daß ein glaubwürdiger Kommunikator zu demselben Gegenstand eine andere Einstellung vertritt. Dabei muß das Gefühl der Dissonanz um so größer werden, je mehr die Kommunikationsdiskrepanz zunimmt. Das Individuum kann im allgemeinen nun die kognitive Dissonanz durch mindestens vier Verhaltensweisen reduzieren. Es hat einmal die Möglichkeit, seine Meinung zu ändern und sie in größere Nähe zu der des geschätzten Kommunikators zu bringen. Stattdessen kann es auch bei seiner Einstellung bleiben und versuchen, bei anderen Individuen hierfür soziale Unterstützung zu finden. Abgesehen davon kann die Person versuchen, die Einstellung des Kommunikators zu ändern¹⁾ und sie in größere Nähe zu der eigenen Einstellung zu bringen. Schließlich bleibt dem Probanden noch die Möglichkeit, den Kommunikator in seiner Glaubwürdigkeit herabzusetzen, d.h. seine Vertrauenswürdigkeit und seine Fähigkeit, über das behandelte Thema fachmännisch zu urteilen, in Zweifel zu ziehen. In den meisten experimentellen Situationen bleibt dem Probanden aufgrund der Versuchsbedingungen jedoch lediglich die Wahl zwischen Einstellungswandel und Herabwürdigung des Kommunikators bzw. der Zurückweisung der Kommunikation.

ARONSON, TURNER und CARLSMITH gingen in ihrer Arbeit von der bereits bei FESTINGER und ARONSON formulierten Annahme aus, daß für die Beantwortung der Frage, welche dieser Reduktionsarten unter welchen Bedingungen im Kommunikationsprozeß gewählt werden, der Faktor Glaubwürdigkeit des Kommunikators die entscheidende Rolle spielt. Ziel ihres Ex-

1) Diese Reduktionsart scheidet im Massenkommunikationsprozeß weitgehend aus. Vgl. hierzu die entsprechenden Ausführungen in Kapitel 4 und 5 dieser Arbeit.

periments war die Bestimmung der genauen Bedingungskonstellationen - also der Konstellationen der Variablen Kommunikationsdiskrepanz und Glaubwürdigkeit des Kommunikators - unter denen der Einstellungswandel und die Herabsetzung des Kommunikators als alternative Möglichkeiten zur Reduktion der kognitiven Dissonanz benutzt werden. Gleichzeitig wollten die Autoren damit einen weiteren Beitrag zur Erklärung der nichtübereinstimmenden Forschungsergebnisse zum Thema Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel leisten.

Für den Fall, daß ein Kommunikator vollkommene Glaubwürdigkeit besitzt, ist seine Herabwürdigung ausgeschlossen. Hierbei würde eine Dissonanzreduktion folglich nur durch Einstellungswandel möglich sein, und es ergäbe sich eine lineare monotone Funktion zwischen den untersuchten Variablen.¹⁾ Besitzt dagegen ein Kommunikator überhaupt keine Glaubwürdigkeit, so käme es nach ARONSON, TURNER und CARLSMITH weder zu einem Einstellungswandel noch zu einer Herabwürdigung des Kommunikators, weil aufgrund des extrem unglaublichen Kommunikators keinerlei kognitive Dissonanz entsteht.

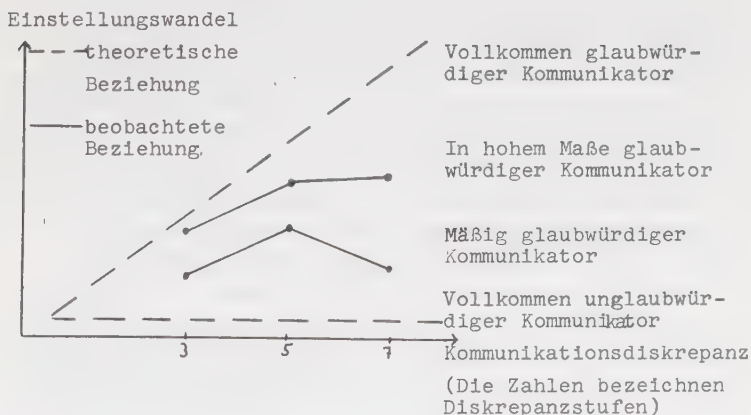
Eine Entscheidung für die stärkere Verwendung der einen oder anderen Reduktionsart muß also nur für den Fall gefällt werden, daß die Glaubwürdigkeit des Kommunikators zwischen 0 und unendlich liegt. ARONSON, TURNER und CARLSMITH wählten für ihr Experiment einen in hohem Maße glaubwürdigen und einen mäßig glaubwürdigen Kommunikator. Im einzelnen wurden gemäß der Dissonanztheorie folgende Hypothesen aufgestellt: Bei Heranziehung eines

1) Vgl. hierzu die Ausführungen über die Untersuchung von ZIMBARDO, S. 83 f. dieser Arbeit, der diese Wirkung durch die Heranziehung eines nahezu vollkommenen Kommunikators erzielte.

in hohem Maße glaubwürdigen Kommunikators steigt das Ausmaß des Einstellungswandels mit zunehmender Kommunikationsdiskrepanz. Bei Verwendung eines mäßig glaubwürdigen Kommunikators nimmt das Ausmaß des Einstellungswandels nur bis zu einem bestimmten Punkt auf dem Diskrepanzkontinuum zu. Von dieser Dissonanzstufe an wird in steigendem Maße die Herabsetzung des Kommunikators als zusätzliches Mittel der Dissonanzreduktion gewählt.

Die Überprüfung der Hypothesen, bei der drei verschiedene Kommunikationsdiskrepanzen manipuliert wurden¹⁾, erbrachte der Tendenz nach eine Bestätigung der angenommenen Zusammenhänge. Das nachfolgende Schaubild verdeutlicht die festgestellten Beziehungen.

Figur 4:²⁾



- 1) Die Manipulation der Kommunikationsdiskrepanzen erfolgte in der Weise, daß eine Übereinstimmung von tatsächlicher und von den Probanden wahrgenommener Diskrepanz in hohem Maße gewährleistet war.
- 2) Vgl.: ARONSON, E., J. A. TURNER und J. M. CARLSMITH: Communicator Credibility and Communication Discrepancy als Determinants of Opinion Change, a.a.O., S. 34.

Aufgrund des Schaubildes wird deutlich, daß unter der Bedingung eines in hohem Maße glaubwürdigen Kommunikators bei allen Diskrepanzstufen mehr Einstellungswandel auftritt als unter der Bedingung eines mäßig glaubwürdigen Kommunikators. Außerdem steigt entsprechend der Voraussage unter der ersten Bedingung das Ausmaß des Einstellungswandels mit zunehmender Diskrepanz, obwohl der Anstieg von der mittleren Diskrepanzstufe an flacher wird. Unter der Bedingung des mäßig glaubwürdigen Kommunikators erfolgt nicht nur überall weniger Einstellungswandel, sondern dieser erreicht seinen Höhepunkt bereits bei einer mittleren Kommunikationsdiskrepanz, um dann zunehmend zugunsten der anderen Reduktionsart (Herabwürdigung des Kommunikators) geringer zu werden. Zwischen den beiden gestrichelten Kurven, die den theoretischen Verlauf, wie er oben beschrieben wurde, angeben, liegen die in der Empirie zu beobachtenden Kurven¹⁾, deren Verlauf die Einstellungsänderungen der in das Experiment einbezogenen Probanden wiedergibt. Sobald der Kommunikator nicht mehr vollkommen, sondern nur noch in hohem Maße glaubwürdig ist, zeigt sich bei allen Diskrepanzstufen ein geringerer Einstellungswandel, weil es bei Vorliegen dieser Bedingung in stärkerem Maße zu einer Herabwürdigung des Kommunikators kommt, um einen Teil der kognitiven Dissonanz zu reduzieren. Bei weiter abnehmender Glaubwürdigkeit des Kommunikators erreicht die Kurve dann ihr Maximum noch früher, weil das eine Mittel, die kognitive Dissonanz zu reduzieren, das andere zunehmend ersetzt: Von einer bestimmten (mittleren) Diskrepanzstufe an wird

1) An dieser Stelle soll, weil es durch das Schaubild auf S. 105 besonders deutlich wird, einmal darauf hingewiesen werden, daß sich in nahezu allen erörterten Untersuchungen, ebenso wie bei der Darstellung der Ergebnisse des in dieser Arbeit durchgeführten Experiments, eigentlich keine Kurven ergeben, sondern nur Punkte, die bei einer ganz bestimmten Diskrepanzstufe ein ganz bestimmtes Ausmaß an Einstellungswandel

die Herabwürdigung des Kommunikators zu der hauptsächlich gewählten Art der Dissonanzreduktion.¹⁾

Ergänzend hierzu läßt sich sagen, daß das Ausmaß des Einstellungswandels unter den beiden geschilderten experimentellen Bedingungen im Vergleich zu einem vollkommen glaubwürdigen Kommunikator auch deswegen bei allen Diskrepanzgraden geringer ist, weil das gesamte Ausmaß der empfundenen kognitiven Dissonanz in dem Maß sinkt, in dem die Glaubwürdigkeit des Kommunikators zurückgeht.

Aufgrund ihrer Untersuchung und der Analyse anderer Studien kamen die Autoren zu der Überzeugung, daß die nicht übereinstimmenden Ergebnisse im Bereich der Forschung zum Thema Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel von dem Umstand herrühren, daß die Möglichkeiten einer Herabwürdigung des Kommunikators jeweils explizit oder implizit unterschiedlich waren. Um die grundsätzliche Vereinbarkeit der von ihnen gefundenen Ergebnisse mit den übrigen Forschungsergebnissen auf diesem Gebiet aufzuzeigen, hatten die Autoren einige andere Untersuchungen im Hinblick auf die dort vorgenommene Behandlung der Variable "Glaubwürdigkeit des Kommunikators"²⁾ studiert. ARONSON, TURNER und CARLSMITH wiesen darauf hin, daß in den Untersuchungen,

markieren. Daher kann streng genommen auch nicht von einem Diskrepanzkontinuum, sondern allenfalls von einem Quasi-Kontinuum, charakterisiert durch die Verwendung mehrerer größer werdender Diskrepanzstufen (gering, mittlere, groß), gesprochen werden.

1) Vgl.: ARONSON, E. J., A. TURNER und J. M. CARLSMITH: Communicator Credibility and Communication Discrepancy as Determinants of Opinion Change, a.a.O., S. 35.

2) Vgl. ebenda, S. 36.

in denen sich eine lineare ansteigende Kurve bei der Analyse des Zusammenhangs von Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel ergeben hatte, nur schwerlich die Möglichkeit bestand, den Kommunikator herabzuwürdigen. Dies zeigte sich z.B. bei ZIMBARDO¹⁾, der jeweils den besten Freund der betreffenden Versuchsperson als Kommunikator verwendete. Bei HOVLAND und PRITZKER²⁾ war der Kommunikator nach den Worten der Autoren eine "vom Rezipienten respektierte Persönlichkeit" und bei GOLDBERG³⁾ bestand die Kommunikation aus Urteilen, die der Proband selbst und einige andere Gleichaltrige abgegeben hatten.

Diejenigen Autoren, die bei extremer Kommunikationsdiskrepanz einen zunehmend geringer werdenden Einstellungswandel beobachteten, so versuchten ARONSON, TURNER und CARLSMITH mit ihrer Analyse zu zeigen, hatten dagegen einen mehr oder weniger neutralen Kommunikator gewählt. In der Untersuchung von HOVLAND u.a.⁴⁾ erhielt der Proband keinerlei Informationen über den Kommunikator, in der Studie von FISHER und LUBIN⁵⁾, die zu einem ähnlichen Ergebnis gekommen waren, bestand keine Eindeutigkeit hinsichtlich der Glaubwürdigkeit des Kommunikators.

-
- 1) Vgl.: ZIMBARDO, P. G.: Involvement and Communication Discrepancy as Determinants of Opinion Conformity, a.a.O.
 - 2) Vgl.: HOVLAND, C. I. und H. A. PRITZKER: Extent of Opinion Change as a Function of Amount of Change Advocated, a.a.O. HOVLAND und PRITZKER hatten auf den möglichen Einfluß dieser Variable in ihrer Untersuchung bereits selbst hingewiesen und bei der Interpretation ihrer Ergebnisse diesen Gesichtspunkt berücksichtigt.
 - 3) Vgl.: GOLDBERG, S. C.: Three Situational Determinants of Conformity to Social Norms, a.a.O.
 - 4) Vgl.: HOVLAND, C. I., O. J. HARVEY und M. SHERIF: Assimilation and Contrast Effects in Reactions to Communication and Attitude Change, a.a.O.
 - 5) Vgl.: FISHER, S. und A. LUBIN: Distance as a Determinant of Influence in a Two-Person Serial Interaction Situation, a.a.O.

Hierzu muß jedoch gesagt werden, daß FISHER und LUBIN, wie bereits ausgeführt, je nach der Art der Messung des Einstellungswandels zu zwei unterschiedlichen Ergebnissen gelangten. Ihre beiden Untersuchungsabschnitte wurden unter der gleichen Bedingung hinsichtlich der Glaubwürdigkeit des Kommunikators durchgeführt. Nur in einer Untersuchung kamen die Autoren zu einem Ergebnis, das ähnlich dem von HOVLAND u.a. erzielten Resultat war, in dem anderen Fall stellten sie trotz der leichten "Herabsetzbarkeit" des Kommunikators eine lineare, ansteigende Beziehung zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel fest.

In COHENs¹⁾ Untersuchung war der Kommunikator nur indirekt durch eine Beschreibung der Aussage bestimmt worden: Wurde diese als kompliziert und schwierig zu verstehen dargestellt, so ergab sich eine lineare abfallende Beziehung, wurde sie jedoch als einfach und schnell zu verstehen eingeführt, zeigte sich eine lineare steigende Kurve. ARONSON, TURNER und CARLSMITH sprachen hierauf die plausibel erscheinende Vermutung aus, daß ein Kommunikator, der zwar nicht näher beschrieben wird, aber imstande ist, ein kompliziertes Thema zu behandeln, glaubwürdiger und daher als weniger leicht herabzuwürdigen erscheint, als ein Kommunikator, der sich zu einem simpleren Thema äußert. Darüber hinaus erscheint es nach Ansicht der Autoren psychologisch schwierig, einen Kommunikator herabzuwürdigen bzw. eine Kommunikation zurückzuweisen, von der gesagt wird, daß man möglicherweise nicht in der Lage sei, sie zu begreifen, weil eine solche Zurückweisung dann als Zeichen eines Mißerfolges gewertet werden könnte.

1) Vgl.: COHEN, A. R.: Communication Discrepancy and Attitude Change: A Dissonance Theory Approach, a.a.O.

In einer späteren Untersuchung setzten sich BOCHNER und INSKO¹⁾ ebenfalls mit dem Einfluß der Glaubwürdigkeit einer Kommunikation bzw. eines Kommunikators auf das Verhältnis zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel auseinander. Dabei gingen sie von folgenden Hypothesen aus: a) Sowohl unter der Bedingung einer im hohen Maße glaubwürdigen Herkunft einer Kommunikation als auch unter der Bedingung einer mittleren Glaubwürdigkeit besteht zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel eine nicht lineare, nichtmonotone Beziehung. b) Das Maximum des Einstellungswandels liegt bei Vorliegen einer hohen Glaubwürdigkeit bei einem höheren Diskrepanzgrad als bei Vorliegen einer mittleren Glaubwürdigkeit. Während die erste Hypothese der theoretischen Grundlage entbehrt und nach Plausibilitäts Gesichtspunkten formuliert wurde, orientiert sich die zweite an Voraussagen, die aufgrund der Dissonanztheorie möglich erscheinen. Danach wird die Entscheidung für die Reduktionsart der Herabwürdigung der Glaubwürdigkeit des Kommunikators, die ja vermutlich für die Abnahme des Einstellungswandels bei steigender Kommunikationsdiskrepanz verantwortlich ist, um so schwieriger, je glaubwürdiger die Herkunft der Kommunikation für den Rezipienten ist.

Das Besondere an der von BOCHNER und INSKO durchgeführten Untersuchung ist die Verwendung eines auch in extremere Bereiche ausgedehnten Diskrepanzkontinuums. Damit griffen die Autoren einen bereits in einer anderen Untersuchung von INSKO, MURASHIMA und SAIYADAIN²⁾ gemachten Vorschlag

-
- 1) Vgl.: BOCHNER, St. und Dh. A. INSKO: Communicator Discrepancy, Source Credibility, and Opinion Change, in: J. Pers. Soc. Psychol. 4, 1966, S. 614 - 621.
 - 2) Vgl.: INSKO, C. A., F. MURASHIMA und M. SAIYADAIN: Communicator Discrepancy, Stimulus Ambiguity and Influence, in: J. Pers. 34, 1966, S. 262 - 274.

auf. In dieser Studie war die Überlegung angestellt worden, daß viele Autoren, die eine lineare ansteigende Beziehung zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel festgestellt haben, stattdessen eine nicht-lineare, nichtmonotone Beziehung gefunden hätten, wenn sie die Diskrepanzskala vergrößert und damit den Einfluß extremer Abweichungen zwischen der Einstellung des Rezipienten und der in der Aussage enthaltenen Einstellung zu ein und demselben Gegenstand festgestellt hätten. So wurde im Gegensatz zu früheren Untersuchungen bei BOCHNER und INSKO die gesamte Dimension der Diskrepanz gänzlich manipuliert. Dies ging soweit, daß die Aussage, die den extremsten Diskrepanzgrad enthielt, praktisch sinnlos war. Insgesamt ergaben sich bei dem in dieser Untersuchung gewählten Aussagengegenstand neun verschiedene Diskrepanzgrade. Im Unterschied zu ARONSON, TURNER und CARLSMITH wurde die manipulierte Glaubwürdigkeit der Kommunikatoren¹⁾ darüber hinaus in einer Voruntersuchung empirisch überprüft.

Die gemäß der Hypothese a) getroffene Voraussage erwies sich nur für die Bedingung der mittleren Glaubwürdigkeit als richtig. Nur in diesem Fall, nicht jedoch bei Vorliegen einer hohen Glaubwürdigkeit, ergab sich für das Verhältnis zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel eine signifikant nichtlineare Beziehung. Unter der Bedingung einer hohen Glaubwürdigkeit fiel die

1) BOCHNER und INSKO verwenden hauptsächlich den Ausdruck "Glaubwürdigkeit der Herkunft" ("source credibility"), benutzen aber in demselben Sinn auch die Formulierung "Glaubwürdigkeit des Kommunikators" ("communicator credibility").

die Kurve zwar bei extremen Diskrepanzgraden stark ab, war aber im ganzen trotzdem signifikant linear. Bei hoher Glaubwürdigkeit stieg also das Ausmaß des Einstellungswandels mit zunehmender Kommunikationsdiskrepanz ständig an und nahm erst von einem sehr extremen Punkt auf dem Diskrepanzkontinuum rapide ab. So war die Vermutung nicht bestätigt worden, daß sich bei Erfassung der gesamten Diskrepanzdimension selbst bei hoher Glaubwürdigkeit des Kommunikators eine nichtlineare nichtmonotone Beziehung zeigen würde. Aus diesem Grunde erschien in dem Experiment, das für die hier vorgelegte Arbeit durchgeführt wurde, eine derartige Vorgehensweise der Manipulation der Kommunikationsdiskrepanz nicht zweckmäßig. Denn die Ausdehnung des Diskrepanzkontinuums in extreme Regionen hatte sich für die Klärung der Beziehung zwischen Diskrepanz und Einstellungswandel zunächst einmal als irrelevant erwiesen.

Die Hypothese b) wurde durch die Überprüfung bestätigt: Bei Probanden, die einer Kommunikation ausgesetzt worden waren, deren Herkunft ihnen als sehr glaubwürdig erschien, zeigte sich bis zu einer größeren Diskrepanzstufe ein zunehmender Einstellungswandel, als das bei Probanden der Fall war, die mit Aussagen konfrontiert wurden, deren Herkunft nur mittlere Glaubwürdigkeit besaß. Die Interaktion zwischen den Kurventrends für die Kommunikationsquellen war signifikant. Dabei ergab sich bei mittlerer und hoher Glaubwürdigkeit kein Unterschied für die mittleren Diskrepanzgrade im Ausmaß des vollzogenen Einstellungswandels. Für die hohe Glaubwürdigkeit zeigte sich jedoch bei den extremen Diskrepanzgraden sehr viel mehr Einstellungswandel als für die mittlere Glaubwürdigkeit bei extremen Diskrepanzen.

Hiermit wird die Diskussion von Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel abgeschlossen. Es ist versucht worden, einen Überblick über die verschiedenen Richtungen und Entwicklung dieser Untersuchungen zu geben, um auf diese Weise den Zusammenhang des im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten Experiments mit früheren Arbeiten in diesem Forschungsbereich herzustellen. Es sollte gezeigt werden, daß die Beziehung zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel von verschiedenen Faktoren beeinflußt und gestaltet wird. Zielsetzung des in dieser Arbeit durchgeführten Experiments ist die Beantwortung der Frage, ob und in welcher Weise sich der Faktor "Selbsteinschätzung der Rezipienten" auf diese Beziehung auswirkt.

Grundlage der hier besprochenen empirischen Untersuchungen ist vor allem das auf dem Assimilations-Kontrast-Effekt beruhende theoretische Konzept und der mit der Dissonanztheorie gegebene Ansatz. Vielfach wurden diese beiden Konzeptionen von ihren Vertretern als gegensätzlich empfunden. Gemäß der Dissonanztheorie wird im allgemeinen folgende Reaktion der Rezipienten erwartet: Je größer das Ausmaß der Kommunikationsdiskrepanz, um so größer ist die empfundene Dissonanz und um so größer ist auch das Ausmaß an Einstellungswandel. Diese Erwartung hatte sich, wie gezeigt werden konnte, keineswegs immer bestätigt. Ein solcher Kurvenverlauf ergab sich nur unter bestimmten Bedingungen. Die vielfach vorgefundene nichtmonotone Beziehung zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel versuchten dann die Anhänger des Assimilations-Kontrast-Konzepts mit folgenden Hypothesen zu erklären: Je größer das Ausmaß der Kommunikationsdiskrepanz, um so weiter entfernt wird die Position des Kommunikators bzw. die in der Aussage vertretene Po-

sition vom Rezipienten wahrgenommen (d.h. also, weiter entfernt von der eigenen Einstellung, als es tatsächlich der Fall ist - "contrast effect"), und um so eher fällt die Position des Kommunikators bzw. die in der Aussage vertretene Position in den Ablehnungsbereich ("latitude of rejection") des Rezipienten. Das bedeutet wiederum, daß die Kommunikation zurückgewiesen wird und weniger Einstellungswandel erfolgt.

Hiergegen läßt sich jedoch einwenden, daß eine Herabsetzung der Glaubwürdigkeit des Kommunikators oder eine Zurückweisung der Kommunikation im Ablehnungsbereich nicht bedeuten muß, daß keine kognitive Dissonanz mehr besteht. Es kann trotzdem weiterhin Dissonanz, und zwar bei größer werdender Kommunikationsdiskrepanz auch größer werdende Dissonanz bestehen; sie wird jedoch von einem bestimmten Punkt auf dem Diskrepanzkontinuum an überwiegend durch eine andere Reduktionsart als durch Einstellungswandel reduziert. Dieser Punkt kann durchaus übereinstimmen mit jenem Wert auf der Diskrepanzskala, bei dem der Annahmehereich aufhört und der Ablehnungsbereich beginnt. Die Kritiker der Dissonanztheorie sind also im Unrecht, wenn sie behaupten, daß nur mit Hilfe der Konzeption von Annahme- und Ablehnungsbereichen die nicht-monotone Beziehung zwischen den beiden Variablen erklärt werden könnte.

352 Darstellung und Kritik von Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen der Selbsteinschätzung der Rezipienten und Einstellungswandel

Weil das Anliegen der vorliegenden Arbeit in einer weiteren Klärung des Zusammenhangs zwischen Kommunikationsdiskrepanz, Selbsteinschätzung der Rezipienten und dem Einstellungswandel im Prozeß der (Massen-)Kommunikation besteht, erscheinen die Untersuchungen über den Einfluß der Selbsteinschätzung auf den Einstellungswandel von ebenso großer Relevanz wie die im vorausgehenden Abschnitt diskutierten Untersuchungen über den Einfluß der Kommunikationsdiskrepanz auf den Einstellungswandel. Denn die Selbsteinschätzung der Rezipienten wird im Sinne eines theoretischen Konstrukts als eine Einstellung angesehen, die für die Erhellung des diskutierten Zusammenhangs zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel von Bedeutung sein kann und die den Ablauf des Wirkungsprozesses von Aussagen der (Massen-)Kommunikation beeinflusst. Vor allem unter diesem Gesichtspunkt muß die Rolle der Variable Selbsteinschätzung in dieser Arbeit verstanden werden. Daher wird im folgenden eine schwerpunktmäßige Erörterung von Untersuchungen über die Abhängigkeit des Einstellungswandels von der Selbsteinschätzung der Rezipienten gegeben werden, die einen Eindruck von den Forschungen in diesem Bereich vermitteln soll.

Ein Ziel der Forschung auf dem Gebiet der (Massen-)Kommunikation ist die Isolierung von Faktoren, die eine unterschiedliche "Überredungsempfänglichkeit" ("susceptibility to persuasion") oder Überredbarkeit ("persuasibility") von Rezipienten bestimmen. Die Konsistenz individueller Unterschiede in der Überredbarkeit wurde u.a. in einer

umfassenden Untersuchung von JANIS und FIELD¹⁾ erforscht. Eine solche Beobachtung führt natürlich zu der Frage nach den Quellen jener individuellen Unterschiede in der Überredbarkeit, die auch als Überredbarkeitsfaktoren ("persuasibility factors") bezeichnet werden. Hierunter wird verstanden "any variable attribute within a population that is correlated with consistent individual differences in responsiveness to one or more classes of influential communications"²⁾. In einem Überblick über Fragestellungen und Ergebnisse zahlreicher Forschungsarbeiten zur Problematik der Überredbarkeit in sozialen Situationen wiesen JANIS und HOVLAND³⁾ auf die Unterscheidung von "Kommunikations-gebundenen" und "Kommunikations-freien" Überredbarkeitsfaktoren hin. "Kommunikations-gebundene" Faktoren sind solche, die in irgend einer Form mit den Eigenschaften des Kommunikationsstimulus verknüpft sind. Hierzu gehören u.a. "Argument-gebundene", "Stil-gebundene", "Kommunikator-gebundene", "Medium-gebundene" und "Situations-gebundene" Faktoren.⁴⁾ "Kommunikations-freie" Faktoren, mit deren Einfluß sich die Arbeiten in dem von HOVLAND und JANIS herausgegebenen Werk "Personality and Persuasibility" vor allem befassen, begründen im Gegensatz dazu eine mehr allgemeine Empfänglichkeit eines Individuums für die verschiedenen Arten der Überredung und des sozialen Einflusses. Die Autoren gingen dabei von der Vermutung aus, daß diese

-
- 1) Vgl.: JANIS, I. L. und P. B. FIELD: A Behavioral Assessment of Persuasibility: Consistency of Individual Differences, in: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): Personality and Persuasibility, a.a.O., S. 29 - 54.
 - 2) JANIS, I. L. und C. I. HOVLAND: An Overview of Persuasibility Research, in: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): Personality and Persuasibility, a.a.O., S. 1 f.
 - 3) Vgl. ebenda, S. 1 - 26.
 - 4) Vgl. ebenda, S. 6 - 13.

Variablen unabhängig von der Art des Inhalts und den besonderen Eigenschaften der Aussage wirksam werden, wann immer eine Person mit einer auf Überredung abzielenden Aussage konfrontiert wird.¹⁾

Zu den potentiellen Quellen der individuellen Unterschiede in der Überredbarkeit zählen verschiedene Persönlichkeitsfaktoren, von denen wiederum einige zu den der Tendenz nach "nicht-gebundenen" Persönlichkeitsvariablen gehören. So fallen in diese Gruppe z.B. in der Regel Unterschiede des Geschlechts²⁾, der Intelligenz³⁾ und verschiedene motivationale Faktoren, von denen vermutet wird, daß sie das Individuum zu einer hohen oder geringen Beeinflußbarkeit in sozialen Situationen prädisponieren. Zu den Motivstrukturen von Personen, die in diesem Zusammenhang Gegenstand von Untersuchungen waren, gehört z.B. auch der sogenannte "feindliche" Persönlichkeitstyp⁴⁾

-
- 1) Vgl.: JANIS, I. L. und C. I. HOVLAND: An Overview of Persuasibility Research, a.a.O., S. 13 f.
 - 2) Vgl. hierzu die Untersuchungen von JANIS, I. L. und D. B. FIELD: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, in: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): Personality and Persuasibility, a.a.O., S. 55 - 68. Die Autoren beziehen sich dabei u.a. auf die Untersuchung von Terman, L. M., W. D. Johnson, G. Kuznets und O. W. McNemar: Psychological Sex Differences, in: Carmichael, L. (Hrsg.): Manual of Child Psychology, New York 1946, S. 954 - 1000.
 - 3) Vgl.: HOVLAND, C. I., A. A. Lumsdaine und F. D. Sheffield: Experiments on Mass Communication, Princeton 1949; - JANIS, I. L. und P. B. Field: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, a.a.O., S. 59.
 - 4) Vgl.: JANIS, I. L. und P. B. Field: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, a.a.O., S. 56.

("hostile personality"), der durch stark aggressives Verhalten, Argwohn und Streitlust gekennzeichnet ist. Außerdem wurden u.a. autoritäre Persönlichkeiten¹⁾, Personen mit stark ausgeprägter Phantasie²⁾ und solche mit neurotischem Rechtfertigungsbedürfnis³⁾ auf ihre Überredbarkeit hin untersucht. Der im folgenden im Mittelpunkt der Diskussion stehende Faktor Selbsteinschätzung der Rezipienten wird als mögliche Determinante der Überredbarkeit in der Literatur gewöhnlich jener Gruppe der hier aufgezählten Persönlichkeitsfaktoren zugeordnet.

Bevor auf die Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen der Selbsteinschätzung der Rezipienten und ihrer Überredbarkeit näher eingegangen wird, soll hier kurz die Verwendung der Termini Überredbarkeit ("persuasibility") und Meinungsänderung ("opinion change") und ihre Beziehung zueinander erläutert werden. In der Literatur erscheint die Variable "persuasibility" in der Regel in dem Sinne gleichbedeutend mit der Variable "opinion change", als mit der letzteren die Operationalisierung der ersten versucht wird. Der Grad der Überredbarkeit wird gemessen an dem Ausmaß der Meinungsänderung. In einer der Untersuchungen von JANIS z.B. beschreibt er die Methode zur Messung der Überredbarkeit wie folgt: "the subjects are given an initial opinion test; next they are exposed to a series of persuasive communications; then they are given a postcommunication opinion test to

-
- 1) Vgl.: ROHRER, J. und M. SHERIF (Hrsg.): Social Psychology at the Crossroads, New York 1951.
 - 2) Vgl.: HOVLAND, C. I., I. L. JANIS und H. H. KELLEY: Communication and Persuasion, a.a.O.; - JANIS, I. L. und P. B. FIELD: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, a.a.O., S. 62 f.
 - 3) Vgl. JANIS, I. L. und P. B. FIELD: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, a.a.O., S. 64 f.; - JANIS, I. L.: Anxiety Indices Related to Susceptibility to Persuasion, in: J. Abn. Soc. Psychol. 51, 1955, S. 663 - 667.

determine the degree to which their opinions change in the direction of the communicators conclusions".¹⁾ In dieser Weise wird, zumindest in der sozialpsychologischen Literatur, die Variable "persuasibility" hauptsächlich verstanden und sehr häufig werden die beiden Termini völlig synonym gebraucht.²⁾ "Opinion", oft definiert als verbalisierte Einstellung, verbalisierter Glaube oder verbalisiertes Werturteil³⁾, wird in diesem Sinne häufig nur als eine Komponente der Einstellung betrachtet.⁴⁾ Dennoch werden in der Regel alle Untersuchungen über die Wirkungen von (Massen-)Kommunikation auf den Einstellungswandel auf die Erforschung von Meinungsänderungen beschränkt.⁵⁾

-
- 1) JANIS, I. L. und P. B. FIELD: A Behavioral Assessment of Persuasibility: Consistency of Individual Differences, in: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): Personality and Persuasibility, a.a.O., S. 30.
 - 2) Andere, bisher weniger häufig verwendete Maße für Überredbarkeit finden sich z.B. bei ABELSON, R. P. und G. S. LESSER: The Measurement of Persuasibility in Children, in: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): Personality and Persuasibility, a.a.O., S. 141 - 166; - GELFAND, D. M.: The Influence of Self-Esteem on Rate of Verbal Conditioning and Social Matching Behavior, in: J. Abn. Soc. Psychol. 65, 1962, S. 259 - 265.
Auf die Unterschiede in der Messung soll im Rahmen dieser Arbeit jedoch nicht weiter eingegangen werden. Es werden darüber hinaus im folgenden Untersuchungen miteinander verglichen, die für die Resultate ihrer Hypothesen unterschiedliche Termini verwenden, von denen aber angenommen werden kann, daß mit allen lediglich verschiedenen Formen der sozialen Beeinflußbarkeit beschrieben werden.
 - 3) Vgl.: JANIS, I. L. und C. I. HOVLAND: An Overview of Persuasibility Research, a.a.O., S. 3.
 - 4) Vgl. ebenda.
 - 5) Vgl. ebenda.

In zahlreichen Studien wurde bisher der Zusammenhang zwischen Selbsteinschätzung und Einstellungswandel bzw. verschiedenen Arten konformen Verhaltens untersucht.¹⁾ Einen großen Anteil daran hat die Yale-Gruppe, in deren Programm dieser Forschungsgegenstand eine wichtige Rolle spielt. Eine Reihe dieser Studien wird vor allem in der bereits mehrfach zitierten Aufsatzsammlung "Personality and Persuasibility" aufgeführt und diskutiert. JANIS und COHEN geben in dieser Sammlung²⁾ und in dem Band "Communication and Persuasion"³⁾ eine zusammenfassende Darstellung der Ergebnisse. Als wichtigstes und häufigstes Resultat zeigte sich dabei eine inverse Beziehung zwischen Selbsteinschätzung und Einstellungswandel: Personen mit einer hohen Selbsteinschätzung sind in geringerem Maße

1) Vgl. hierzu u.a. die Untersuchungen von JANIS, I. L.: Personality Correlates of Susceptibility to Persuasion, in: J. Pers. 22, 1954, S. 504 - 518; - ders.: Anxiety Indices Related to Susceptibility to Persuasion, a.a.O.; - ASCH, S. E.: Effects of Group Pressure upon the Modification and Distortion of Judgments, in: MACCOBY, E. E., T. M. NEWCOMB und E. L. HARTLEY (Hrsg.): Readings in Social Psychology, New York 1958, S. 174 - 182; - BERKOWITZ, L. und R. M. LUNDY: Personality Characteristics Related to Susceptibility to Influence by Peers or Authority Figures, in: J. Pers. 25, 1957, S. 306 - 316; - JANIS, I. L. und D. RIFE: Persuasibility and Emotional Disorder, in: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): Personality and Persuasibility, a.a.O., S. 121 - 137; - COHEN, A. R.: Some Implications of Self-Esteem for Social Influence, in: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): Personality and Persuasibility, a.a.O., S. 102 - 120; - JANIS, I. L. und P. B. FIELD: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, a.a.O.; - ABELSON, R. P. und G. S. LESSER: Personality Correlates of Persuasibility in Children, a.a.O.; - BLAKE, R. R. und J. S. MOUTON: The Experimental Investigation of Interpersonal Influence, in: BIDERMAN, A. D. und H. ZIMMER (Hrsg.): The Manipulation of Human Behavior, New York, London und Sydney 1961, S. 216 - 276; - STOTLAND, E. und M. L. HILLMER Jr.: Identification, Authoritarian Defensiveness, and Self-Esteem, in: J. Abn. Soc. Psychol. 64, 1962, S. 334 - 342; - STOTLAND, E., S. THORLEY, E. THOMAS, A. R. COHEN und A. ZANDER: The Effects of Group Expectations and Self-Esteem on Self-Evaluation, in: J. Abn. Soc. Psychol. 54, 1957, S. 55 - 63.

2) Vgl.: HOVLAND, C. I. und I. L. JANIS (Hrsg.): "Personality and Persuasibility, a.a.O.

3) Vgl.: HOVLAND, C. I., I. L. JANIS und H. H. KELLEY: Communication and Persuasion, a.a.O.

überredbar als Personen mit niedriger Selbsteinschätzung. Dies gilt sowohl für die Aussagen der Massenmedien als auch für die Überredbarkeit bei "face-to-face" Kommunikationen. Zwischen Selbsteinschätzung und Einstellungswandel besteht eine monotone negative Beziehung. Die neuere Forschung in diesem Bereich zeichnet sich durch eine vermehrte Einführung zusätzlicher Bedingungen aus, die zu einer Modifikation der ursprünglich gefundenen Beziehung führen. Einige der jüngeren Untersuchungen werden daher im folgenden kurz diskutiert. Zuvor soll jedoch die theoretische Konzeption, auf der ein Teil der zu besprechenden neueren als auch der älteren Untersuchungen beruht, erläutert werden. Dabei handelt es sich um zwei Ansätze, die vorzugsweise in den Yale-Studien verwendet wurden.

Die verschiedenen theoretischen Konzepte, die den Forschungen über Persönlichkeitsfaktoren und Einstellungswandel zugrunde liegen, lassen sich grob klassifizieren in genetische und dynamische Erklärungen.¹⁾ Ziel des ersten Konzepts ist es zu erklären, "wie eine Person zu dem wird, was sie ist", Ziel des zweiten ist die Beantwortung der Frage "warum sich eine Person im Augenblick in einer ganz bestimmten Weise verhält."²⁾ Grundlagen der in diesem Zusammenhang weniger häufig verwendeten genetischen Konzepte sind z.B. die Lerntheorien und die Psychoanalyse³⁾. Genetische Erklärungsansätze, in denen auf Überlegungen der Lerntheorie Bezug genommen wird, finden sich u.a. bei ABELSON und LESSER⁴⁾. Nach der Auffassung dieser Autoren ist die Selbsteinschätzung einer

1) Vgl.: JANIS, I. L. und C. I. HOVLAND: An Overview of Persuasibility Research, a.a.O., S. 22.

2) ebenda.

3) Vgl. ebenda.

4) Vgl.: ABELSON, R. P. und G. S. LESSER: The Measurement of Persuasibility in Children, a.a.O.

Person eine Funktion der im Laufe der individuellen Lerngeschichte erfahrenen Bekräftigungen. Bei Personen mit hoher Selbsteinschätzung, so wird vermutet, ist dabei die individuelle Lerngeschichte durch vornehmlich positive Bekräftigungen gekennzeichnet, während Personen mit geringer Selbsteinschätzung überwiegend negative Bekräftigungen erlebten. Die inverse Beziehung zwischen Selbsteinschätzung und Beeinflußbarkeit läßt sich dann mit Hilfe der Annahme erklären, daß eine geringere Selbsteinschätzung und ein hoher Grad von Überredbarkeit ihre Wurzeln in ein- und derselben Art von Ereignissen haben: nämlich in den früheren Erfahrungen von eigener Unzulänglichkeit und Versagen. Personen mit niedriger Selbsteinschätzung tendieren dazu, sich selbst für weniger wertvoll und von anderen Menschen verschieden anzusehen und sind daher geneigt, sich mehr beeinflussen zu lassen als Personen mit hoher Selbsteinschätzung.

Zu einer etwas anderen Interpretation, die mehr in den Bereich des dynamischen Ansatzes fällt, kam COHEN¹⁾. In einer früheren Studie des Autors über die Beziehung von charakteristischen Ich-Verteidigungsmechanismen und der Selbsteinschätzung²⁾ hatte sich gezeigt, daß Personen mit hoher Selbsteinschätzung von Ich-Verteidigungsmechanismen Gebrauch machen, die auf Vermeidung oder Ausweichen der das Bedürfnis nach Verteidigung hervorrufenden Ereignisse abzielen. Solche Vermeidungs- oder Ausweichmechanismen befähigen das Individuum, bedrohende Aspekte eines Stimuluskomplexes aus seinen Kognitionen auszuschalten. Personen mit geringer Selbsteinschätzung dagegen reagie-

1) Vgl.: COHEN, A. R.: Some Implications of Self-Esteem for Social Influence, a.a.O.

2) Vgl. ebenda, S. 115.

ten mehr mit expressiver Verteidigung.¹⁾ Expressive Mechanismen führen eher dazu, diese Bedrohungen zu verzerren, als sie auszuschalten und so das Individuum ihnen gegenüber empfänglicher zu machen, als das bei dem erstgenannten Verteidigungstyp der Fall ist. Aufgrund dieser Überlegung folgerte COHEN, daß im Falle von Appellen, welche die Selbsteinschätzung bedrohen, Personen mit hoher Selbsteinschätzung in stärkerem Maße mit der Zurückweisung solcher Appelle reagieren als Personen mit geringer Selbsteinschätzung.²⁾ Die Einstellung zu sich selbst erweist sich damit als eine wichtige Determinante im Wirkungsprozeß der Massenkommunikation, weil sie unterschiedliche Reaktionsbereitschaften im Hinblick auf Aussagen impliziert, die das Selbstbild des Individuums in irgendeiner Weise betreffen.

Zielsetzung der Untersuchung von GELFAND³⁾ war die Erforschung der Wirkungen von prädispositionaler und manipulierter Selbsteinschätzung auf die soziale Beeinflussbarkeit. Die Möglichkeit, daß Unterschiede in der Messung der Variable Selbsteinschätzung zu unterschiedlichen Ergebnissen hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen diesem Faktor und dem Ausmaß des Einstellungswandels führen könnten, war bisher kaum beachtet worden. Überhaupt existierten nur wenige Untersuchungen, in denen die Selbsteinschätzung experimentell manipuliert worden war.⁴⁾ Das

1) Vgl.: COHEN, A. R.: Some Implications of Self-Esteem for Social Influence, a.a.O., S. 119.

2) Zu diesem Ergebnis kam auch COOPERSMITH. Vgl. COOPERSMITH, St.: A Method for Determining Types of Self-Esteem, in: J. Abn. Soc. Psychol. 59, 1959, S. 87 - 97.

3) Vgl.: GELFAND, D. M.: The Influence of Self-Esteem on Rate of Verbal Conditioning and Social Matching Behavior, a.a.O.

4) Vgl. hierzu z.B.: DECHARMS, R. und M. E. ROSENBAUM: Status Variables and Matching Behavior, in: J. Pers. 28, 1960, S. 492 - 502; - MALEWSKI, A.: The Influence of Positive and Negative Self-Evaluation on Postdecisional Dissonance, a.a.O.

Gesamtergebnis der Untersuchung GELFANDs erbrachte eine Bestätigung der These von der inversen Beziehung zwischen Selbsteinschätzung und Beeinflußbarkeit für beide Arten der Messung. Eine in hohem Maße signifikante Korrelation ergab sich interessanterweise zwischen prädispositionaler und experimentell manipulierter Selbsteinschätzung: Die Probanden, die Erfahrungen ausgesetzt wurden, welche mit der üblichen Einschätzung ihrer Person (prädispositionale Selbsteinschätzung) nicht übereinstimmten, zeigten eine signifikant stärkere Beeinflußbarkeit als Probanden, deren Erfahrungen mit ihrer bereits vorhandenen Einstellung gegenüber sich selbst konsistent waren.¹⁾ Das heißt also, daß Probanden, die entweder eine hohe prädispositionale Selbsteinschätzung hatten und dann erfuhren, daß sie bei der Bewältigung einer Aufgabe versagt hatten (Manipulation von geringer Selbsteinschätzung) und Probanden, die eine geringe prädispositionale Selbsteinschätzung hatten und erfuhren, daß sie erfolgreich waren (Manipulation von hoher Selbsteinschätzung) leichter zu überreden waren, als solche Probanden, die eine hohe prädispositionale Selbsteinschätzung aufwiesen und erfolgreich waren bzw. eine niedrige prädispositionale Selbsteinschätzung hatten und erfolglos waren.

LEVENTHAL und PERLOE²⁾ lieferten mit ihrer Untersuchung zusätzliche Daten für den Ansatz von COHEN³⁾. Gegenstand ihrer Studie war die Beziehung zwischen Selbsteinschätzung und Überredbarkeit unter Berücksichtigung einer weiteren

1) Vgl.: GELFAND, D. M.: The Influence of Self-Esteem on Rate of Verbal Conditioning and Social Matching Behavior, a.a.O., S. 264.

2) Vgl.: LEVENTHAL, H. und S. I. PERLOE: A Relationship between Self-Esteem and Persuasibility, in: J. Abn. Soc. Psychol. 64, 1962, S. 385 - 388.

3) Vgl.: COHEN, A. R.: Some Implications of Self-Esteem for Social Influence, a.a.O.

Variablen, nämlich der Ähnlichkeit bzw. Unähnlichkeit zwischen Kommunikator und Rezipient hinsichtlich relevanter Charaktereigenschaften. Es konnte gezeigt werden, daß die bekannten Unterschiede in der Überredbarkeit zwischen Personen mit hoher und geringer Selbsteinschätzung lediglich unter der Bedingung einer Unähnlichkeit im geschilderten Sinne offenbar wurden. Nur bei Vorliegen dieser Bedingung wurden gemäß den Hypothesen COHENs Personen mit hoher Selbsteinschätzung von optimistischen, belohnenden, dem Selbstgefühl schmeichelnden Kommunikationen mehr beeinflusst als von bedrohenden, bestrafenden Aussagen, und nur unter dieser Bedingung zeigten Personen mit geringer Selbsteinschätzung die entgegengesetzte Tendenz.

Aufgrund des COHENschen Ansatzes von den unterschiedlichen Verteidigungsmechanismen bei Personen mit hoher und geringer Selbsteinschätzung ist jedoch keine zufriedenstellende Erklärung für die Begrenzung der gefundenen Beziehung auf den Fall der Unähnlichkeit zwischen Kommunikator und Rezipient möglich. LEVENTHAL und PERLOE wiesen hierzu nur auf eine plausibel erscheinende Überlegung hin, nach der die Zurückweisung einer Aussage, in der, wie es in ihrer Untersuchung der Fall war, persönliche Reaktionen des Kommunikators beschrieben wurden, die denen des Rezipienten sehr ähnlich waren, gleichbedeutend ist mit der Zurückweisung der eigenen Person. Die defensive Zurückweisung einer derartigen Kommunikation ist daher möglicherweise unbefriedigender als der Verzicht auf eine Verteidigung überhaupt. Im Falle einer Unähnlichkeit dagegen fällt dieses Hindernis weg und die vorausgesagten Verteidigungsmechanismen können in der Weise wirksam werden, daß eine unterschiedliche Überredbarkeit für Personen

mit hoher und mit geringer Selbsteinschätzung zu beobachten ist.¹⁾

In Konkretisierung des theoretischen Konzepts von COHEN entwickelte SILVERMAN²⁾ ein Begriffsmodell der Überredbarkeit, das auf der Beziehung zwischen Überredbarkeit und Selbsteinschätzung im Zusammenhang mit der Vorliebe für bestimmte Verteidigungsmechanismen basiert. Die Reaktion auf Überredung wurde konzipiert als eine Form defensiven Verhaltens. Dabei repräsentieren die Beeinflussbarkeit und der Widerstand gegenüber einer Beeinflussung die unterschiedlichen Arten defensiven Verhaltens bei Personen mit geringer und hoher Selbsteinschätzung. Auf der Grundlage dieser Überlegungen versuchte SILVERMAN, die Wirkungen einer Bedrohung der Selbsteinschätzung auf die Überredbarkeit von Personen mit hoher und geringer Selbsteinschätzung zu erforschen.³⁾ Die Bedrohung der Selbsteinschätzung wurde experimentell manipuliert durch Konfrontation der Versuchspersonen mit einer Mißerfolgserfahrung bei einem für die Selbsteinschätzung relevanten Verhalten. Dabei ging der Autor von der Hypothese aus, daß die Bedrohung der Selbsteinschätzung bei jedem Probanden die Tendenz verstärken würde, sich des für ihn gebräuchlichen Verteidigungsmechanismus zu bedienen. Das heißt, es wurde vermutet, daß die Mißerfolgserfahrung die

1) Vgl.: LEVENTHAL, H. und S. I. PERLOE: A Relationship between Self-Esteem and Persuasibility, a.a.O., S. 388.

2) Vgl.: SILVERMAN, I.: Differential Effects of Ego Threat upon Persuasibility for High and Low Self-Esteem Subjects, in: J. Abn. Soc. Psychol. 69, 1964, S. 567 - 572.

3) Mit dieser Fragestellung knüpfte SILVERMAN an eine seiner früheren Studien an, die ebenfalls einen Beitrag zur Überprüfung des Ansatzes von COHEN darstellte. Vgl.: SILVERMAN, I.: Self Esteem and Differential Responsiveness to Success and Failure, in: J. Abn. Soc. Psychol. 69, 1964, S. 115 - 119.

Überredbarkeit bei Probanden mit geringer Selbsteinschätzung erhöhen, bei Probanden mit hoher Selbsteinschätzung dagegen verringern würde. Die empirische Prüfung erbrachte eine Bestätigung der Hypothese, und die Vermutung von den unterschiedlichen Wirkungen einer Ich-Bedrohung auf die Überredbarkeit von Personen mit hoher und geringer Selbsteinschätzung erwies sich als richtig.

Auch DABBS¹⁾ knüpfte mit seiner Untersuchung an das Konzept von COHEN bzw. an die weiterführenden Überlegungen in nachfolgenden Studien an. DABBS ging dabei von der Vermutung aus, daß die Annahme oder Zurückweisung einer Aussage in Abhängigkeit von der Übereinstimmung bzw. Nichtübereinstimmung des Aussageninhalts mit den charakteristischen Verteidigungsmechanismen der Probanden gesehen werden muß. Es wurde erwartet, daß die Probanden solche Aussage zurückweisen würden, deren Inhalt mit den jeweiligen Verteidigungsmechanismen, welche die Personen mit unterschiedlicher Selbsteinschätzung kennzeichnen, unvereinbar ist. Bei der Durchführung der Untersuchung wurden die Versuchspersonen mit "pessimistischen" und "optimistischen" Aussagen konfrontiert, deren Kommunikatoren im Hinblick auf die Bewältigung des in der Aussage angesprochenen Problems einmal stark, aktiv und als der Aufgabe gewachsen ("copers") und zum anderen schwach, passiv und als der Aufgabe nicht gewachsen ("noncopers") beschrieben wurden. Im Gegensatz zu der ursprünglichen Annahme hatte die optimistische oder pessimistische Kommunikation keinen Einfluß auf das Ausmaß des

1) Vgl.: DABBS, J. M., Jr.: Self-Esteem, Communicator Characteristics, and Attitude Change, in: J. Abn. Soc. Psychol. 69, 1964, S. 173 - 181.

Einstellungswandels. Statt dessen zeigte sich eine Korrelation zwischen den Eigenschaften des Kommunikators (erfolgreich - nicht erfolgreich) und den Eigenschaften der Probanden (hohe - geringe Selbsteinschätzung): Personen mit hoher Selbsteinschätzung wurden stärker beeinflusst durch die Aussage des erfolgreichen Kommunikators, Personen mit geringer Selbsteinschätzung stärker durch die Aussage des nicht-erfolgreichen Kommunikators, und das, obwohl die Versuchspersonen beider Gruppen den schwachen, passiven Kommunikator ungünstig beurteilten.

Individuen mit hoher und geringer Selbsteinschätzung, so modifizierte DABBS die Ausführungen COHENS¹⁾ und anderer Forscher²⁾, unterscheiden sich in der Art und Weise ihrer Anpassung an die Umwelt: Personen mit hoher Selbsteinschätzung sind aktiv und versuchen, sich mit ihrer Umwelt zu messen ("copers"). Personen mit geringer Selbsteinschätzung dagegen sind passiv und reagieren ausweichend ("noncopers"). Für den Fall der Konfrontation mit einer bedrohenden Situation, was für das Experiment von DABBS zutraf, werden die Probanden durch jeweils den Kommunikator mehr beeinflusst, der ihnen im Hinblick auf den angewendeten Anpassungsmechanismus am ähnlichsten ist.³⁾ Personen mit hoher Selbsteinschätzung lassen sich daher leichter von "copers", Personen mit geringer Selbsteinschätzung leichter von "noncopers" überreden.

1) Vgl.: COHEN, A. R.: Some Implications of Self-Esteem for Social Influence, a.a.O.

2) Vgl. hierzu u.a.: LEVENTHAL, H. und S. I. PERLOE: A Relationship between Self-Esteem and Persuasibility, a.a.O.

3) Vgl.: DABBS, J. M. Jr.: Self-Esteem, Communicator Characteristics and Attitude Change, a.a.O., S. 180.

Zu einer näheren Bestimmung des Zusammenhangs zwischen Selbsteinschätzung und Überredbarkeit gelangten auch GOLLOB und DITTES¹⁾. Sie gingen von der Vermutung aus, daß zwischen verschiedenen Kommunikationstypen und der Selbsteinschätzung Wechselbeziehungen bestehen, die dann zu unterschiedlichen Wirkungen in bezug auf die Überredbarkeit führen. Danach würde die ursprüngliche Beobachtung, nach der niedrige Selbsteinschätzung mit hoher Überredbarkeit korreliert, wahrscheinlich auch nur bei Vorliegen bestimmter Aussageneigenschaften Geltung haben. In ihrem Experiment untersuchten GOLLOB und DITTES die Wirkungen der Selbsteinschätzung von Rezipienten auf ihre Überredbarkeit in Abhängigkeit sowohl von der Komplexität einer Aussage als auch von der in ihr enthaltenen Bedrohung für die Selbsteinschätzung des Rezipienten. Darüber hinaus setzten sich die Autoren mit den Unterschieden zwischen prädispositionaler und manipulierter Selbsteinschätzung und deren Einfluß auf die Überredbarkeit auseinander.

Die Überprüfung ihrer Hypothesen zeigte, daß zwischen Selbsteinschätzung und Überredbarkeit sehr komplexe Beziehungen bestehen. Im einzelnen erbrachte sie folgende Ergebnisse: 1. Eine inverse Beziehung (geringe Selbsteinschätzung - hohe Überredbarkeit) zwischen manipulierter Selbsteinschätzung und der Überredbarkeit konnte nur unter der Bedingung festgestellt werden, daß die propagierte Meinung keine Bedrohung des eigenen Wertes darstellt und klar und eindeutig formuliert ist. 2. Für den Fall,

1) Vgl.: GOLLOB, H. F. und J. E. DITTES: Effects of Manipulated Self-Esteem on Persuasibility Depending on Threat and Complexity of Communication, a.a.O.

daß die Annahme der klar und eindeutig formulierten propagierten Meinung zu einer verstärkten Bedrohung des eigenen Wertes führte, ergab sich eine positive Beziehung zwischen manipulierter Selbsteinschätzung und Überredbarkeit (geringe Selbsteinschätzung - geringe Überredbarkeit). Bei der Interpretation dieses Zusammenhangs war die Überlegung maßgebend, daß Personen, deren Selbstbild bedroht ist (geringe Selbsteinschätzung), in der Regel bemüht sein werden, ihr Selbstgefühl zu heben. Das bedeutet, daß sie sich der Annahme von Aussagen widersetzen, die durch ihren Inhalt geeignet sind, die Bedrohung der Selbsteinschätzung noch zu verstärken. 3. Eine ebenfalls positive Beziehung (geringe Selbsteinschätzung - geringe Überredbarkeit) zeigte sich bei einem sehr komplexen Aussageninhalt, welcher durch irreführende Sätze charakterisiert war. Mehr Probanden mit geringer Selbsteinschätzung tendierten bei Konfrontation mit einem solchermaßen komplexen Aussageninhalt dazu, diesen zu mißdeuten und den Standpunkt des Kommunikators nicht richtig zu verstehen, so daß sie weniger von ihm beeinflusst wurden.¹⁾ Nach der Annahme der Autoren bedeutet die Konfrontation mit einer Aussage, von der man nicht weiß, ob man sie verstanden hat, ebenfalls eine Bedrohung des Selbstbildes, so daß ohnehin bereits bedrohte Individuen (geringe Selbsteinschätzung) dazu neigen können, einer weiteren Bedrohung auszuweichen. 4. Die gewonnenen Ergebnisse erwiesen sich als ziemlich unergiebig im Hinblick auf einen Vergleich der Wirkungen unterschiedlicher Messung der Variable Selbsteinschätzung auf die Überredbarkeit. Zwischen den beiden Maßen für die

1) Vgl.: GOLLOB, H. F. und J. E. DITTES: Effects of Manipulated Self-Esteem on Persuasibility Depending on Threat and Complexity of Communication, a.a.O., S. 198.

Selbsteinschätzung - prädispositionale und manipulierte (Erfolg-Mißerfolg Bedingung) Selbsteinschätzung - konnte keinerlei signifikante Beziehung festgestellt werden.¹⁾

Zu ähnlichen Resultaten, wie in der soeben diskutierten Studie, kamen NISBETT und GORDON²⁾, deren Untersuchungsgegenstand ebenfalls die Art und Weise des Zusammenhangs zwischen Selbsteinschätzung und sozialer Beeinflußbarkeit in Abhängigkeit von bestimmten Eigenschaften des Aussageninhalts - nämlich seiner Verständlichkeit und Plausibilität - darstellte. War die Kommunikation leicht zu verstehen oder war sie relativ wenig plausibel, so zeigte sich eine negative lineare Beziehung zwischen Selbsteinschätzung und Überredbarkeit. Eine nichtmonotone Beziehung konnte festgestellt werden, wenn der Aussageninhalt leicht zu verstehen, aber nicht sehr plausibel war. Leicht positiv war der Zusammenhang schließlich unter der Bedingung eines schwer zu verstehenden, aber in hohem Maße plausiblen Aussageninhalts.³⁾

Eine positive Beziehung zwischen den beiden Variablen vermuteten auch BREHM und COHEN⁴⁾. Die Autoren unternahmen in einer kurzen Abhandlung den Versuch, Voraussagen über das Verhalten von Personen mit hoher und geringer Selbst-

-
- 1) Vgl.: GOLLOB, H. P. und J. E. DITTES: Effects of Manipulated Self-Esteem on Persuasibility Depending on Threat and Complexity of Communication, a.a.O., S. 200.
 - 2) Vgl.: NISBETT, R. E. und A. GORDON: Self-Esteem and Susceptibility to Social Influence, in: J. Pers. Soc. Psychol. 5, 1967, S. 268 - 276.
 - 3) Vgl. ebenda, S. 265.
 - 4) Vgl.: BREHM, J. W. und A. R. COHEN: Explorations in Cognitive Dissonance, a.a.O., S. 259 - 261.

einschätzung in Situationen, in denen sie einer sozialen Beeinflussung ausgesetzt sind, aus der Dissonanztheorie abzuleiten. Hierbei gingen sie von folgenden Überlegungen aus: Personen mit hoher Selbsteinschätzung neigen mehr als Personen mit geringer Selbsteinschätzung dazu, ihre eigene Meinung hochzubewerten und diese für fundiert und richtig zu halten. Sie mögen daher auch weniger bereit sein, sich freiwillig einer Konfrontation mit einer von der eigenen Meinung abweichenden Information auszusetzen. Ist dies jedoch der Fall, hat also eine Person mit hoher Selbsteinschätzung einmal in eine derartige Konfrontation eingewilligt, so empfindet sie mehr Dissonanz und zeigt bei Ausschaltung der übrigen Dissonanzreduktionsarten mehr Einstellungswandel als eine Person mit geringer Selbsteinschätzung; denn diese ist sich typischerweise ihrer Überzeugungen nicht so sicher und hat auch ihre Meinungen bisher häufiger in Frage gestellt. Daher wird die Person mit niedriger Selbsteinschätzung, wenn sie eine von der ihren abweichende Meinung hört, geringere Dissonanz empfinden und folglich mit geringerem Einstellungswandel reagieren.¹⁾ - Diese Überlegungen führten also zu Hypothesen, die den Hypothesen und Ergebnissen verschiedener hier bereits diskutierter Untersuchungen diametral entgegengesetzt sind.

Im Falle der Einwilligung in eine Konfrontation mit einer gegenteiligen oder abweichenden Einstellung oder wenn, was in der Regel im Experiment der Fall ist, eine solche Konfrontation erzwungen wird, handelte es sich, wie an anderer Stelle bereits ausgeführt wurde, um eine Form des

1) Vgl.: BREHM, J. W. und A. R. COHEN: Explorations in Cognitive Dissonance, a.a.O., S. 259.

"commitments"¹⁾. Allgemeiner formuliert läßt sich nach BREHM und COHEN sagen: Wann immer eine Person die Verpflichtung eingeht ("commits himself"), eine Erfahrung zu machen, die ihren eigenen Einstellungen zuwiderläuft oder in irgendeiner Weise unangenehm ist, erweist sich die Beziehung zwischen Selbsteinschätzung und Einstellungswandel als positiv.²⁾ Der Tendenz nach bestätigten sich diese Überlegungen in der Untersuchung von BRAMEL³⁾. Es wurde hier jedoch ein Aussagengegenstand gewählt, der verschiedene Grade der Ich-Beteiligung zuläßt, wodurch das Ergebnis beeinflußt worden sein kann.

Bisher und vor allem in neuerer Zeit durchgeführte Untersuchungen über die Relation zwischen Selbsteinschätzung und Einstellungswandel, von denen hier einige kurz behandelt wurden, zeigten, daß sehr unterschiedliche Beziehungen zwischen den beiden Faktoren bestehen können. Diese Beobachtung behält auch dann ihre Gültigkeit, wenn in Rechnung gestellt wird, daß den einzelnen Experimenten oft ganz verschiedene Bedingungen zugrundeliegen. Von MCGUIRE⁴⁾ wurden bereits zahlreiche der möglichen Ursachen für die festgestellten unterschiedlichen Beziehungen in diesem Zusammenhang geprüft, auf die im Rahmen der vorliegenden Arbeit jedoch nicht näher eingegangen werden kann. An dieser Stelle soll lediglich noch die Studie von

1) Vgl. S. 85 dieses Kapitels der vorliegenden Arbeit.

2) Vgl.: BREHM, J. W. und A. R. COHEN: Explorations in Cognitive Dissonance, a.a.O., S. 260.

3) Vgl.: BRAMEL, D.: A Dissonance Theory Approach to Defensive Projection, in: J. Abn. Soc. Psychol. 64, 1962, S. 121 - 129.

4) Vgl.: MCGUIRE, W. J.: Personality and Susceptibility to Social Influence, in: BORGATTA, E. F. und W. W. LAMBERT (Hrsg.): Handbook of Personality Theory and Research, a.a.O., S. 1130 - 1187.

LEVONIAN¹⁾ erörtert werden, der an die Arbeit von McGuire anknüpft und eine zusätzliche, bei McGuire nicht berücksichtigte mögliche Quelle für die Verschiedenheit der erörterten Ergebnisse untersuchte.

Die in diesem Zusammenhang von LEVONIAN geäußerte Vermutung besagt, daß sogar für den Fall, daß kein im Experiment manipulierter sozialer Einfluß als Stimulus wirksam wird, eine Beziehung besteht zwischen Selbsteinschätzung und Einstellungswandel. Für diese Überlegung, welche auch schon andeutungsweise in der oben behandelten Arbeit von NISBETT und GORDON²⁾ zum Ausdruck gebracht wurde, versuchte LEVONIAN empirische Evidenz zu sammeln.

Es zeigte sich, daß sowohl unter der Bedingung der erfolgten Beeinflussung - durch Aussagen des Massenmediums Film - als unter der Bedingung der Nicht-Beeinflussung eine der Tendenz nach negative Beziehung zwischen Selbsteinschätzung und Einstellungswandel bestand. Für beide Fälle bedeutete das: Je höher die Selbsteinschätzung des Rezipienten, um so geringer die Beeinflußbarkeit. Das Überraschende jedoch bestand darin, daß die Korrelation zwischen Selbsteinschätzung und Beeinflußbarkeit bei den Probanden, die mit einer Aussage (Film) konfrontiert worden waren, zwar signifikant von 0 aber nicht signifikant von der festgestellten Beziehung verschieden war, welche sich bei den Versuchspersonen ergeben hatte, die keinem Stimulus ausgesetzt worden waren.

1) Vgl.: LEVONIAN, E.: Self-Esteem and Opinion Change, in: J. Pers. Soc. Psychol. 9, 1968, S. 257 - 259.

2) Vgl.: NISBETT, R. E. und A. GORDON: Self-Esteem and Susceptibility to Social Influence, a.a.O.

Wenn sich aber auch für den Fall, daß keinerlei Beeinflussung vorliegt, eine - wie auch immer geartete - signifikante Beziehung ergibt, so erhebt sich die Frage, ob es bei der Erforschung des Zusammenhangs zwischen Persönlichkeitsfaktoren und Einstellungswandel nicht grundsätzlich sinnvoller ist, von der Existenz einer Beziehung unter der Nicht-Kommunikations-Bedingung als Vergleichsbasis auszugehen anstatt von 0. Denn die gewonnenen Ergebnisse werden ja in der Regel interpretiert als der Einstellungswandel, der durch eine Aussage im Zusammenhang mit bestimmten anderen Faktoren hervorgerufen wird. Dabei wird gemeinhin angenommen, daß ohne Aussage keinerlei Einstellungswandel auftreten würde. Wenn aber, wie sich zeigte, auch bei fehlender Aussage Einstellungswandel auftreten kann, erscheint es angebracht, die Geeignetheit der bisherigen Basisgröße zur Kennzeichnung des Ausmaßes an Einstellungswandel, üblicherweise der O-Wert auf der Ordinate, zu prüfen. Zukünftige Forschungen werden diese Frage klären müssen. Heute läßt sich lediglich sagen, daß die Beziehung zwischen Persönlichkeitsfaktoren und Einstellungswandel unter der Nicht-Kommunikations-Bedingung als ein Untersuchungsgegenstand angesehen werden muß, dem die empirische Sozialforschung in Zukunft stärkere Beachtung schenken sollte. Die auf diesem Gebiet gewonnenen Erkenntnisse müssen, wie oben angedeutet, für die sozialwissenschaftliche Massenkommunikationsforschung von höchstem Interesse sein. Es ist das Verdienst LEVONIANS, auf diesen Forschungsbereich als einer der ersten hingewiesen zu haben.

353 Kritische Bemerkungen auf der Grundlage eines Programms zur Bildung von Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation

Bei der Erörterung von Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel einerseits und Selbsteinschätzung der Rezipienten und Einstellungswandel andererseits zeigte sich, daß eine Fülle von zusätzlichen Variablen für die nähere Bestimmung der Beziehungen relevant waren. Zum Kreis dieser Variablen gehören solche Faktoren wie die Glaubwürdigkeit des Kommunikators, die Ich-Beteiligung der Rezipienten und vor allem die verschiedensten Merkmale der Aussage. Alle diese Variablen sind im Wirkungsprozeß der Massenkommunikation von Bedeutung.

Der Versuch, die potentiellen Bedingungen für die Wirkungen der Massenkommunikation zu analysieren und sie durch Systematisierung in einen geordneten Zusammenhang zu bringen, müßte letztlich jedoch an der ungeheuren Vielfalt der beteiligten Variablen und Variablenausprägungen scheitern und bliebe daher immer unvollständig. Die Reduzierung dieser Variablen auf einige wenige zentrale Variablen erscheint daher nicht nur zweckmäßig, sondern auch notwendig. Diesen Versuch unternahm, wie bereits ausgeführt, BESSLER¹⁾, indem er eine Funktion entwickelte, die das Ausmaß des Einstellungswandels in Abhängigkeit von vier potentiellen Determinanten zu erfassen versucht.²⁾ Auf diese Weise war ein Programm zur Bildung

1) Vgl.: BESSLER, H.: Zur Theoriebildung in der Massenkommunikationsforschung, a.a.O.

2) Vgl. auch Kapitel 2, S. 23 der vorliegenden Arbeit.

von Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation entstanden, das etwas mißverständlich von BESSLER als "theoretisches Konzept" bezeichnet wurde. Wird hierunter, wie das in der Regel geschieht, ein Satz von Hypothesen zur Erklärung bestimmter Phänomene verstanden, so handelt es sich bei BESSLER nicht eigentlich um ein solches theoretisches Konzept. Mit seiner Analyse potentieller Determinanten im Wirkungsprozeß der Massenkommunikation lieferte BESSLER vor allem einen P l a n zur B i l d u n g von Hypothesen, aus dem sich möglicherweise ein theoretisches Konzept entwickeln läßt.

Es könnte jetzt der Versuch unternommen werden, die zahlreichen wirkungsrelevanten Variablen, die in den Hypothesen der in diesem Abschnitt erörterten Studien auftauchen, auf ihre Vereinbarkeit mit diesem Programm hin zu untersuchen. Das heißt, es müßte der Frage nachgegangen werden, inwieweit jene Faktoren von dem das Programm bildenden Determinantenkreis miterfaßt und auf ihren Einfluß im Wirkungsprozeß der Massenkommunikation hin geprüft werden können. Die Variable Ich-Beteiligung z.B. bezieht sich in der Regel auf das in einer Kommunikation angesprochene Thema; sie betrifft die Bedeutsamkeit oder Zentralität einer bestimmten Einstellung im gesamten Einstellungsgefüge eines Individuums und läßt sich damit als eine Dimension der Einstellung zum Gegenstand der Aussage interpretieren. In dem genannten Programm kann dieser Faktor also der Determinanten $X_C^{1)}$ (Einstellung zum Gegenstand der Aussage) untergeordnet werden.

1) Vgl. auch Kapitel 2, S. 23 der vorliegenden Arbeit.

Zu den Prädispositionen der Rezipienten, die als Determinanten in das Konzept aufgenommen wurden, gehören auch die Antizipationen von Aussagenmerkmalen (X_B). Hierbei handelt es sich um Erwartungen der Rezipienten in bezug auf verschiedene Merkmale der Aussage, zu denen u.a. auch die Kommunikationsquelle gerechnet werden kann. Die Variable "Glaubwürdigkeit des Kommunikators", deren Einfluß in den behandelten Untersuchungen verschiedentlich erörtert wurde, erweist sich damit als in diese Determinantengruppe gehörend, denn es handelt sich hierbei schließlich um nichts anderes als um die bei dem Rezipienten vorhandene und mit Hilfe einer Einstellungsskala zu messende Erwartung hinsichtlich der Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit des Kommunikators. Zu dieser Gruppe von Determinanten kann z.B. auch jene Bedingung der Ähnlichkeit bzw. Unähnlichkeit zwischen Kommunikator und Rezipient hinsichtlich relevanter Charaktereigenschaften gezählt werden. Diese für den Wirkungsprozeß relevante und in der Studie von LEVENTHAL und PERLOE¹⁾ untersuchte Variable bezieht sich wiederum auf vom Rezipienten antizipierte Aussagenmerkmale. Denn es wurde behauptet, daß Individuen sich bevorzugt dann von Aussagen beeinflussen lassen, wenn sie annehmen, daß die in der Aussage beschriebenen Reaktionen des Kommunikators ihren eigenen Reaktionen ähnlich sind.

Auch der in verschiedenen hier diskutierten Studien²⁾ untersuchte Faktor der in einer Aussage enthaltenen Bedrohung der Rezipienten und seines Einflusses auf den Wirkungsprozeß

1) Vgl.: LEVENTHAL, H. und S. I. PERLOE: A Relationship between Self-Esteem and Persuasibility, a.a.O.

2) Vgl. z.B. die Untersuchung von GOLLOB, H. F. und J. E. DITTES: Effects of Manipulated Self-Esteem on Persuasibility Depending on Threat and Complexity on Communication, a.a.O.

wird, ohne daß er als besondere Determinante auftaucht, in dem Programm berücksichtigt. Wenn, wie in der Untersuchung von GOLLOB und DITTES eine bedrohende Kommunikation dadurch manipuliert wird, daß gesagt wird, die Lösung des Krebsproblems sei vollkommen hoffnungslos¹⁾, so handelt es sich hierbei um eine bestimmte Einstellung zu einem bestimmten Einstellungsobjekt. Unterschiedliche Grade der Bedrohung können dann durch Manipulation unterschiedlicher Grade der Intensität der Einstellung erreicht werden.

Damit sollen die kurzen Ausführungen über den Platz, den verschiedene Variablen, die zur Klärung des Zusammenhangs zwischen Kommunikationsdiskrepanz, Selbsteinschätzung und Einstellungswandel beitragen, im Rahmen jenes Programms einnehmen, abgeschlossen werden. Gegenstand einer weiterführenden Arbeit wäre es, alle die Variablen, die sich in dem angesprochenen Zusammenhang als relevant erwiesen haben, auf ihre Vereinbarkeit bzw. ihre Eingliederung in jenes Konzept zu untersuchen. Ließe sich dafür der Nachweis erbringen, so hätte sich damit die Zweckmäßigkeit des Programms für die sozialwissenschaftliche Massenkommunikationsforschung in einem weiteren, sehr wichtigen Punkt gezeigt.

1) Vgl.: GOLLOB, H. F. und J. E. DITTES: Effects of Manipulated Self-Esteem on Persuasibility Depending on Threat and Complexity on Communication, a.a.O., S. 198.

36 Formulierung der untersuchten Hypothesen

361 Wissenschaftstheoretische Vorbemerkung

Das Ziel sozialwissenschaftlicher Tätigkeit ist die Aufstellung von Theorien, mit deren Hilfe menschliches Verhalten hinreichend erklärt und zuverlässig vorausgesagt werden kann. Für den Gebrauch des Terminus Theorie gibt es verschiedene Möglichkeiten. Üblicherweise ist unter Theorie jedoch "eine Menge (System) durch Ableitbarkeitsbeziehungen miteinander verbundener nomologischer Hypothesen zu verstehen".¹⁾ Nach ALBERT ist die Verwendung des Begriffs Theorie nur für diesen Fall zulässig. Eine Hypothese ist eine behauptete Beziehung zwischen mindestens einer abhängigen und mindestens einer unabhängigen Variablen. Dabei wird die abhängige Variable als Resultante, die unabhängige als Determinante bezeichnet. Nomologisch ist eine Hypothese dann, wenn es sich um eine gut bewährte Behauptung handelt, die von Raum und Zeit unabhängige Geltung besitzt. Eine größere Rolle als Theorien spielen - einem Ausdruck ALBERTs folgend - in den Sozialwissenschaften bislang jedoch sogenannte Quasi-Theorien; sie werden von ALBERT in folgender Weise definiert: "Quasi-Theorien enthalten eine essentielle Beziehung auf ein bestimmtes Raum-Zeit Gebiet, die Beschränkung ihrer Anwendbarkeit beruht auf der 'historischen Abgrenzung ihres Objektbereichs'".²⁾

1) ALBERT, H.: Probleme der Theoriebildung, in: H. ALBERT (Hrsg.): Theorie und Realität, Tübingen 1964, S. 27.

2) ders.: Theorie und Prognose in den Sozialwissenschaften, in: Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik, Bern 1957, S. 68.

Ob es jedoch überhaupt sinnvoll ist, in der sozialwissenschaftlichen Forschung nach Gesetzen zu suchen, die eine derartig universelle Geltung besitzen, mag zweifelhaft erscheinen. Denn wenn eine Hypothese unter Zuhilfenahme von Randbedingungen ein ganz bestimmtes Ergebnis erklären kann, dann kann unter Umständen die Prüfung der Frage relativ unerheblich sein, ob diese Hypo-

Theorien bzw. Hypothesen müssen empirisch gehaltvoll sein, d.h. sie müssen Behauptungen über die strukturelle Beschaffenheit der Realität enthalten. Kennzeichen wissenschaftlicher Sätze ist weiterhin ihre prinzipielle Prüfbarkeit. Merkmal der empirischen Wissenschaften ist dabei die Prüfbarkeit mit Hilfe der Erfahrung: "Ein empirisch-wissenschaftliches System muß an der Erfahrung scheitern können."¹⁾

Ziel der Überprüfung einer Hypothese kann aber nicht ihre Verifizierung sein; denn eine Verifizierung kann nur durch eine unendliche Zahl von Prüfungen festgestellt werden, während die Zahl der tatsächlich möglichen Nachprüfungen immer endlich sein wird. Daher kann es nicht Aufgabe wissenschaftlicher Forschung sein, die Wahrheit von Aussagen über die Wirklichkeit zu begründen; denn das ist schlechthin unmöglich, sondern es kann nur darum gehen, falsche Aussagen zu eliminieren. So spricht man von der Bewährung einer Hypothese oder eines Systems von Hypothesen: Eine Hypothese hat sich dann bewährt, wenn sie durch exakte empirische Untersuchungen möglichst zahlreichen ernsthaften Falsifikationsversuchen standgehalten hat und auf ihre logische Konsistenz mit anderen Hypothesen überprüft worden ist.

Die Dissonanztheorie stellt eine empirisch gehaltvolle, grundsätzlich prüfbare und bisher nicht widerlegte Theorie dar, deren Aussagen von Raum und Zeit unabhängige Geltung beanspruchen; ihre Hypothesen können also in diesem

these auch für eine sehr weit zurückliegende Zeit, in entlegenen Gebieten der Erde oder sogar im außerplanetarischen Bereich anwendbar ist. Stattdessen könnte die Beschränkung auf die Bildung und Prüfung von brauchbaren Quasi-Gesetzen oder Theorien, die aber dennoch die Fähigkeit besitzen, erklärungsbedürftige Ereignisse innerhalb größerer Räume und Zeitspannen zu interpretieren, zweckmäßiger sein.

1) POPPER, K. R.: Logik der Forschung, 2. Aufl., Tübingen 1966, S. 15.

Sinne als nomologisch betrachtet werden. Die in dieser Arbeit aufgestellten und mit Hilfe der allgemeineren Theorie der kognitiven Dissonanz zu erklärenden Hypothesen enthalten gleichermaßen empirisch prüfbare Behauptungen über die Beschaffenheit der Realität, beanspruchen universelle Geltung und werden einer Prüfung unterzogen.

Ein weiteres Kriterium, mit dessen Hilfe eine Hypothese charakterisiert werden kann, ist neben dem Geltungsbereich in der Art der angenommenen Beziehung zwischen Determinante und Resultante zu sehen. In vielen sozialwissenschaftlichen Hypothesen wird die genaue Art des Zusammenhangs zwischen unabhängigen und abhängigen Variablen nicht klar bestimmt oder zumindest im Laufe der Untersuchung mehrfach unterschiedlich gedeutet. Fernziel der Massenkommunikationsforschung wie auch der sozialwissenschaftlichen Forschung im allgemeinen ist es, auf dem Wege einer strengen Prüfung zu bewährten Hypothesen zu gelangen, in denen das Ausmaß der Wahrscheinlichkeit, mit der ein Ereignis eintritt, eindeutig und hoch ist. Die weitaus größere Rolle in der sozialwissenschaftlichen Forschung spielen jedoch vorerst nicht deterministische Beziehungen sondern Wahrscheinlichkeitsaussagen. Diese haben oftmals die Form von je-desto-Sätzen und lassen sich in folgender Weise schreiben: Je häufiger, je größer oder je stärker X ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit für das Auftreten von Y.

Auch die dieser Arbeit zugrunde liegenden Hypothesen sind ihrer Intention nach Wahrscheinlichkeitsaussagen. Wieweit auf dem Wege über zahlreiche systematische und immer strengere Überprüfungen in Zukunft eine Formulierung deterministischer Beziehungen für die hier verwendeten Variablen möglich ist, muß offen bleiben. Bei den mit Hilfe der hier benutzten Hypothesen gegebenen Interpretation der Reaktionen von Rezipienten handelt es sich zudem um induktiv-statistische Erklärungsversuche, bei denen die Ereignis-

wahrscheinlichkeit nicht exakt bestimmbar ist und nur der Tendenz nach vorausgesagt werden kann. Grundlage für die Vermutung einer derartigen Tendenz sind dabei die Einzelergebnisse früherer Untersuchungen mit ähnlicher Fragestellung.¹⁾ Eine andere Möglichkeit der Interpretation besteht in der Verwendung deduktiv-statistischer Erklärungen, bei denen sich die Ereigniswahrscheinlichkeit aus einem Modell ableiten läßt und daher genau feststeht.²⁾ Die Formulierung von Wahrscheinlichkeitshypothesen, die derartige Erklärungen zulassen, spielen jedoch zum jetzigen Zeitpunkt in der Massenkommunikationsforschung noch keine Rolle.³⁾ Aufgabe der Massenkommunikationsforschung in der Gegenwart und nahen Zukunft wird die Aufstellung und Prüfung von Wahrscheinlichkeitshypothesen sein, in denen die Tendenz eines Zusammenhangs aufgezeigt wird und die auf induktiv-statistischem Wege Erklärungen des Prozesses der Aussagenentstehung und Aussagenwirkung zulassen.

Das hier zugrunde gelegte Programm, in dem die Einstellungsänderungen als Resultante in Abhängigkeit von vier zentralen Einstellungen als Determinanten gesehen werden, ermöglicht die Bildung einer Fülle von Hypothesen, zu denen die hier formulierten gehören. In einem weiteren umfassenden Projekt ist geplant, eine möglichst große Anzahl dieser aufgrund des Programms formulierbaren The-

-
- 1) Für die vorliegende Arbeit vgl. hierzu die Erörterung verschiedener Untersuchungen in Kapitel 35.
 - 2) Zur Problematik deduktiv- und induktiv-statistischer Erklärungen vgl. u.a.: HEMPEL, C. G.: Aspects of Scientific Explanation, New York 1965, S. 380 ff.
 - 3) Vgl. hierzu auch: BESSLER, H.: Zur Theoriebildung in der Massenkommunikationsforschung, a.a.O., S. 21.

sen einer empirischen Überprüfung auszusetzen. Das in dieser Arbeit durchgeführte Experiment dient in diesem Zusammenhang als Vorstudie, welche zum Zwecke einer ersten Orientierung über die Brauchbarkeit dieses theoretischen Programms unternommen wurde.

362 Die Analyse der dissonanzerzeugenden Situation im Massenkommunikationsprozeß und die Möglichkeiten ihrer Reduktion

Die im hier durchgeführten Experiment getesteten Hypothesen beziehen sich auf den Zusammenhang zwischen hoher bzw. geringer Selbsteinschätzung und dem Akzeptieren bzw. Nichtakzeptieren von Einstellungsäußerungen, die in unterschiedlichem Maße von der Einstellung der jeweiligen Versuchspersonen abweichen. Folgende dissonanzerzeugende Situation wird geschaffen:

Versuchspersonen werden unfreiwillig einer neuen Information ausgesetzt. Die in der Information enthaltenen neuen kognitiven Elemente hinsichtlich eines Einstellungsobjekts sind dissonant, d.h. sie widersprechen der präkommunikativen Einstellung der Probanden zu diesem Einstellungsobjekt. Eine solche Dissonanz wirkt als Bestrafung.

Die Kognition des Rezipienten, daß er eine bestimmte Einstellung zu einem bestimmten Einstellungsobjekt vertritt, ist dissonant mit seiner Kognition, daß in einer Aussage, mit der er konfrontiert wird, eine von seiner Einstellung abweichende Einstellung zu demselben Einstellungsobjekt vertreten wird. Bezeichnet man sein Wissen um die präkommunikative Einstellung mit Element 1 und sein Wissen um die in der Kommunikation enthaltene Einstellung mit Element 2, so entsteht eine kognitive Dissonanz zwischen Element 1 und Element 2.

Diese Grundsituation wird dadurch variiert, daß das Ausmaß der Abweichung zwischen Element 1 und Element 2 (Kommunikationsdiskrepanz) und damit das Ausmaß der empfundenen kognitiven Dissonanz verändert wird. Personen mit hoher und geringer prädispositionaler Selbsteinschätzung werden jeweils mit Aussagen konfrontiert, in denen Einstellungen zu einem bestimmten Einstellungsobjekt enthalten sind, die in einem geringen, einem mittleren und einem hohen Maße von der entsprechenden präkommunikativen Einstellung der Versuchspersonen abweichen. Auf diese Weise entstehen sechs verschiedene Situationen, in denen Personen mit hoher und Personen mit geringer Selbsteinschätzung in unterschiedlichem Ausmaß kognitive Dissonanz empfinden. Gemäß Hypothese 3 der Theorie FESTINGERS¹⁾ werden die Versuchspersonen um so eher versuchen, diese Dissonanz zu reduzieren, je größer sie wird. Die kognitive Dissonanz wird in allen Fällen nicht direkt gemessen, sondern entsprechend der Vorgehensweise in den meisten Untersuchungen aus der Versuchsanordnung gefolgert.

Die hier aufgestellten Hypothesen sind Annahmen über die Reaktionen von Individuen in diesen Situationen. Dabei geht es um die Beantwortung der Frage, auf welche Art die entstandene kognitive Dissonanz jeweils reduziert wird. Unter der Voraussetzung, daß die Rezipienten die aus der Versuchsanordnung zu folgernden Dissonanzen perzipieren, bestehen für sie verschiedene Möglichkeiten, diese zu reduzieren. Hypothese 5 der Theorie FESTINGERS²⁾

1) Vgl. hierzu S. 37 dieser Arbeit.

2) Vgl. S. 38 dieser Arbeit.

gibt in allgemeiner Form Auskunft über die vorhandenen Möglichkeiten der Reduktion kognitiver Dissonanz. Auf die hier charakterisierten Situationen übertragen, lassen sich theoretisch mindestens folgende vier Wege der Reduktion unterscheiden:

1. Die Rezipienten können ihre präkommunikative Einstellung in Richtung auf die in der Aussage vertretene Einstellung ändern.
2. Die Rezipienten können die in der Aussage vertretene Einstellung (die Einstellung des Kommunikators) zu beeinflussen versuchen, um sie ihrer präkommunikativen Einstellung anzunähern.
3. Die Rezipienten können versuchen, für ihre präkommunikative Einstellung Unterstützung zu finden, indem sie andere Personen ausfindig machen, die zu dem angesprochenen Einstellungsobjekt die gleiche oder eine ähnliche Einstellung wie sie selbst vertreten.
4. Die Rezipienten können die Kommunikation zurückweisen, indem sie die Glaubwürdigkeit, d.h. die Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit der Kommunikationsquelle in Zweifel ziehen bzw. gering bewerten.

Wie in den meisten Untersuchungen dieser Art, so fallen auch hier die Möglichkeiten 2 und 3 aufgrund der experimentellen Anordnung aus. Die Versuchsanordnung wird in Kapitel 4 ausführlich dargestellt; die Gründe für den Fortfall dieser beiden Reduktionsarten werden dann evident. Bei der Erklärung der Untersuchungsergebnisse in Kapitel 5 soll auch hierauf nochmals explizit eingegangen werden.

Es erhebt sich nun die Frage, für welche der beiden übriggebliebenen Möglichkeiten der Reduktion (1 oder 4) sich die Rezipienten entscheiden. Frühere Untersuchungen, die zum Teil in Abschnitt 35 erörtert worden sind, haben gezeigt, daß die Beziehung zwischen Einstellungswandel und Kommunikationsdiskrepanz durch eine nichtlineare Kurve gekennzeichnet ist. Von dieser Annahme wird auch hier ausgegangen. Das bedeutet, daß die kognitive Dissonanz nicht lediglich durch Einstellungswandel reduziert wird, sondern auch durch Zurückweisung der Kommunikation (Reduktionsart 4).

In den Hypothesen, die dem hier durchgeführten Experiment zugrunde liegen, werden lediglich Aussagen über das Ausmaß des Einstellungswandels in Abhängigkeit von der Kommunikationsdiskrepanz und der Selbsteinschätzung der Rezipienten gemacht. Denn im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit steht die Frage nach Determinanten des Einstellungswandels im Massenkommunikationsprozeß. Von den beiden Alternativen zur Dissonanzreduktion wird im Experiment nur eine, der Einstellungswandel, gemessen. Ein solches Vorgehen erscheint jedoch zulässig: Da nur zwei Reduktionsarten vorhanden sind, impliziert - unter der Voraussetzung, daß die Individuen bestrebt sind, die

kognitive Dissonanz immer vollständig zu reduzieren - die Feststellung einer Zunahme des Einstellungswandels gleichzeitig einen Rückgang der durch Zurückweisung der Kommunikation reduzierten Dissonanz. Desgleichen bedeutet die Aussage über eine Abnahme des Einstellungswandels gleichzeitig eine Zunahme des Ausmaßes der durch Zurückweisung der Kommunikation reduzierten Dissonanz. Das hier durchgeführte Experiment hat den Zweck, eine der Bedingungen zu isolieren, unter denen Einstellungswandel und Zurückweisung der Kommunikation bei sich ändernder Kommunikationsdiskrepanz als alternative Methoden der Dissonanzreduktion gewählt werden. Dabei wird von der Annahme ausgegangen, daß die Entscheidung für die eine oder die andere Reduktionsart von der Selbsteinschätzung der Rezipienten beeinflußt wird.

Es ist denkbar, daß die Selbsteinschätzung eines Individuums derart hoch ist, daß eine Dissonanzreduktion durch eine Änderung der eigenen Einstellung, von deren Richtigkeit das Individuum eben aufgrund seiner hohen Selbsteinschätzung vollkommen überzeugt ist, sehr negativ bewertet wird, mithin keine Belohnung mehr darstellt und damit als Reduktions- bzw. Belohnungsart überhaupt, d.h. für jede Stufe der Kommunikationsdiskrepanz, ausfällt. Einem in dieser Weise eingestellten Individuum bliebe nur die Möglichkeit, die Dissonanz durch Zurückweisung der Kommunikation zu reduzieren. Mit anderen Worten, das theoretische Maximum einer hohen Selbsteinschätzung könnte definiert werden als der Punkt auf einer Selbsteinschätzungsskala, bei dem eine Reduktion der Dissonanz durch Einstellungswandel nicht mehr möglich ist. Entsprechend verhält es sich im Falle einer geringen Selbsteinschätzung: Ein Individuum mit einer derartig geringen Selbstein-

schätzung wird vermutlich die Dissonanzreduktion durch Zurückweisung der Kommunikation nicht als Belohnung empfinden und bei jeder Diskrepanzstufe ausschließlich Einstellungswandel zeigen. Das theoretische Maximum einer geringen Selbsteinschätzung könnte dann definiert werden als der Punkt auf der Selbsteinschätzungsskala, bei dem eine Reduktion der Dissonanz vollständig durch Einstellungswandel realisiert wird. In diesen beiden rein theoretisch denkbaren Fällen würde also die Frage nach der Reduktionsart, die bei sich ändernder Kommunikationsdiskrepanz jeweils gewählt wird, vermutlich nicht entstehen.

In der Realität werden Individuen hinsichtlich ihrer Selbsteinschätzung zwischen diesen beiden Extremwerten einzuordnen sein. Das bedeutet, daß sowohl für Personen mit einer geringen wie auch mit einer hohen Selbsteinschätzung beide Methoden zur Reduktion der aufgrund der beschriebenen Situation entstandenen kognitiven Dissonanz in Frage kommen. Mit anderen Worten: Die Beziehung zwischen Einstellungswandel und Kommunikationsdiskrepanz wird in beiden Fällen durch eine nichtlineare Kurve charakterisiert sein. Es erscheint jedoch plausibel anzunehmen, daß im Zusammenhang mit dem Ausmaß der Kommunikationsdiskrepanz Personen mit hoher bzw. geringer Selbsteinschätzung in unterschiedlichem Maße von den Reduktionsarten zur Beseitigung der Dissonanz Gebrauch machen. Das kann z.B. bedeuten, daß bei Personen mit hoher Selbsteinschätzung das Maximum an Einstellungswandel bei einer anderen Stufe der Kommunikationsdiskrepanz liegt als bei Personen mit geringer Selbsteinschätzung. Ob und in welcher Weise das der Fall ist, muß durch eine empirische Prüfung geklärt werden. Die folgenden Hypothesen werden daher einer derartigen Prüfung unterzogen.

3621 Hypothese I

Die erste Hypothese der vorliegenden Arbeit lautet:

Wenn Personen eine hohe Selbsteinschätzung besitzen, dann wird das Ausmaß des Einstellungswandels wahrscheinlich am größten sein, wenn die Kommunikationsdiskrepanz gemäßigt ist.

Damit wird die Behauptung aufgestellt, daß bei Personen, die sich hoch einschätzen, das Maximum des Einstellungswandels dann auftritt, wenn das Ausmaß der Diskrepanz zwischen ihrer präkommunikativen Einstellung zu einem bestimmten Einstellungsobjekt und der in der Aussage vertretenen Einstellung zu demselben Einstellungsobjekt (Kommunikationsdiskrepanz) einen mittleren Wert erreicht.

3622 Hypothese II

Die zweite Hypothese lautet:

Wenn Personen eine geringe Selbsteinschätzung besitzen, dann wird das Ausmaß des Einstellungswandels wahrscheinlich größer sein, wenn die Kommunikationsdiskrepanz groß ist, als wenn sie gemäßigt oder gering ist.

Es wird hier von der Annahme ausgegangen, daß Personen mit geringer Selbsteinschätzung zunächst bei zunehmender Kommunikationsdiskrepanz in zunehmendem Maße ihre Einstellung ändern, und zwar auch über eine mittlere Diskrepanzstufe hinaus. Vermutlich wird jedoch eine Tendenz bestehen, nach welcher der Zuwachs an Einstellungswandel mit immer größer werdender Kommunikationsdiskrepanz abnimmt. Erst wenn der Abstand zwischen der in der Aussage vertretenen Einstellung und der präkommunikativen Einstellung von Personen mit geringer Selbsteinschätzung

sehr groß geworden ist (d.h. über den Wert einer in dem hier durchgeführten Experiment manipulierten Kommunikationsdiskrepanz hinausgeht), wird vermutlich das Maximum an Einstellungswandel erreicht, und er wird von da an auch absolut sinken.

3623 Hypothese III

Die dritte Hypothese dieser Arbeit besteht aus drei Teilen:

- a) Wenn Personen eine hohe Selbsteinschätzung besitzen und die Kommunikationsdiskrepanz gering ist, dann zeigen diese Personen wahrscheinlich weniger Einstellungswandel als Personen mit einer geringen Selbsteinschätzung bei geringer Kommunikationsdiskrepanz.
- b) Wenn Personen eine hohe Selbsteinschätzung besitzen und die Kommunikationsdiskrepanz ein mittleres Ausmaß annimmt, dann zeigen diese Personen wahrscheinlich weniger Einstellungswandel als Personen mit geringer Selbsteinschätzung bei mittlerer Kommunikationsdiskrepanz.
- c) Wenn Personen eine hohe Selbsteinschätzung besitzen und die Kommunikationsdiskrepanz groß ist, dann zeigen diese Personen wahrscheinlich weniger Einstellungswandel als Personen mit geringer Selbsteinschätzung bei großer Kommunikationsdiskrepanz.

Mit anderen Worten bedeutet das: Wenn Personen eine hohe Selbsteinschätzung besitzen, dann zeigen sie wahrscheinlich bei jeder Kommunikationsdiskrepanzstufe weniger Einstellungswandel als Personen, die eine geringere Selbsteinschätzung besitzen.

363 Die Entstehung weiterer kognitiver Dissonanzen und die Möglichkeiten ihrer Reduktion

Die Konfrontation von Personen mit hoher und geringer Selbsteinschätzung mit einer neuen dissonanten Information erzeugt jedoch noch weitere Arten kognitiver Dissonanzen, die das Verhalten der Rezipienten mitbestimmen. Die neuen kognitiven Elemente hinsichtlich eines Einstellungsobjekts widersprechen der präkommunikativen Einstellung der Personen zu diesem Einstellungsobjekt, d.h. sie stellen eine ungünstige oder in gewissem Sinne eine "negative" Information dar. Durch die Beschreibung der Versuchsanordnung in Kapitel 4 wird noch deutlich gemacht, in welcher Weise eine solche Information einen negativen Akzent besitzt. Für die Personen mit hoher Selbsteinschätzung entsteht dadurch eine kognitive Dissonanz zwischen den Elementen "hohe Selbsteinschätzung" und "negative Information". Diese Dissonanz entsteht nicht bei den Personen mit geringer Selbsteinschätzung, denn Individuen, die sich selbst gering einschätzen, erwarten von ihrer Umwelt - zumindest viel eher als Individuen, die sich selbst hoch einschätzen - für sie negative Reaktionen. Es kann daher davon ausgegangen werden, daß zwischen den Elementen "geringe Selbsteinschätzung" und "negative Information" kognitive Konsonanz besteht.

In der hier charakterisierten Situation haben die Rezipienten mit hoher Selbsteinschätzung folgende Möglichkeiten, die kognitive Dissonanz zu reduzieren¹⁾:

1) Es werden hier die Reduktionsarten nicht mehr genannt, die, wie auch in der ersten Dissonanzsituation, aufgrund der experimentellen Anordnung wegfallen.

1. Die Rezipienten mit hoher Selbsteinschätzung können ihre präkommunikative Einstellung zum Aussagengegenstand in Richtung auf die in der Aussage vertretene Einstellung zum Aussagengegenstand ändern. Denn wenn die Einstellungen einander angepaßt werden, stellt die in der Aussage vertretene Einstellung keine negative Information mehr dar.
2. Die Rezipienten mit hoher Selbsteinschätzung können die Kommunikation - negative Information - zurückweisen, indem sie die Glaubwürdigkeit, d.h. die Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit ihrer Herkunft in Zweifel ziehen.
3. Die Rezipienten mit hoher Selbsteinschätzung können die positive Einstellung zu sich selbst ändern.

Wenn man gemäß den Überlegungen MALEWSKIIs davon ausgeht, daß es ein Bedürfnis nach Selbstachtung bzw. nach Erhöhung des eigenen Wertes gibt, dann entsteht, wie aufgrund der Ausführungen von OPP zu zeigen versucht wurde, kein Konflikt mit dem Bedürfnis nach kognitiver Konsonanz, sondern die Möglichkeit der Entstehung einer weiteren kognitiven Dissonanz zwischen dem Bedürfnis nach Selbstachtung und einem anderen kognitiven Element. Die Reduktion dieser Dissonanz kann für das Individuum wichtiger, d.h. belohnender sein als die Reduktion der Dissonanz zwischen anderen kognitiven Elementen. Im Unterschied zu den Ausführungen von OPP¹⁾ wird hier jedoch die Auffassung vertreten, daß auch Personen mit hoher Selbsteinschätzung ein Bedürfnis nach Selbstachtung bzw. (weiterer) Erhöhung des eigenen Wertes haben. Das heißt, in dem hier erörterten Fall entsteht sowohl bei den Per-

1) Siehe S. 47 dieser Arbeit.

sonen mit hoher als auch bei denen mit geringer Selbsteinschätzung eine kognitive Dissonanz zwischen den Elementen "negative Information" und "Bedürfnis nach Selbstachtung". Diese Dissonanz wirkt bestrafend, denn sie stellt eine Bedrohung des eigenen Wertes dar. Die Rezipienten mit hoher und die mit geringer Selbsteinschätzung haben theoretisch folgende Möglichkeiten, die kognitive Dissonanz zu reduzieren:¹⁾

1. Die Rezipienten können ihre präkommunikative Einstellung zum Aussagengegenstand in Richtung auf die in der Aussage vertretene Einstellung zum Aussagengegenstand ändern. Denn dann ist die Information nicht mehr negativ.
2. Die Rezipienten können die Kommunikation - negative Information - zurückweisen, indem sie die Glaubwürdigkeit, d.h. die Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit ihrer Herkunft in Zweifel ziehen.
3. Die Rezipienten können darauf verzichten, eine Erhöhung des eigenen Wertes erreichen zu wollen.

Wenn man mit MALEWSKI annimmt, daß ein Bedürfnis nach Erhöhung des eigenen Wertes existiert und dieses Bedürfnis, d.h. der Wunsch zu seiner Befriedigung, als konstant ansieht, ist eine Reduktion der Dissonanz durch Verzicht auf die Befriedigung dieses Bedürfnisses ausgeschlossen und kommt somit hier nicht in Betracht. Übrig bleiben die beiden Reduktionsarten, die auch in der ersten Situation kognitiver Dissonanz zwischen einer bestimmten präkommunikativen Einstellung der Rezipienten zu einem Einstellungsobjekt und der davon abweichenden in der

1) Auch hier werden die Reduktionsarten nicht mehr aufgeführt, die gemäß der Versuchsanordnung wegfallen.

Aussage vertretenen Einstellung zu demselben Einstellungs-
objekt als einzige Alternativen vorhanden waren. Es wird
angenommen, daß die Variable Selbsteinschätzung im Zusam-
menhang mit dem Ausmaß der Kommunikationsdiskrepanz auch
hier die Entscheidung für den einen oder den anderen Weg,
diese kognitive Dissonanz zu reduzieren, mit beeinflußt.

4 Die Darstellung der Forschungstechnik

41 Bemerkungen zur Problematik des Experiments

Für die Überprüfung der in der vorliegenden Arbeit formulierten Hypothesen wurde als Forschungstechnik das Experiment gewählt. Durch eine Manipulation der unabhängigen Variablen Kommunikationsdiskrepanz und Messung der prädispositionalen Selbsteinschätzung der Probanden sollte der Einfluß dieser beiden Faktoren auf die abhängige Variable - Ausmaß und Verlauf der Einstellungsänderung - festgestellt werden.

Die Verwendung eines Experiments zur Erklärung von Verhaltensweisen ist in den Sozialwissenschaften nicht umstritten. Bei der Durchführung von Experimenten zur Prüfung sozialwissenschaftlicher Theorien tauchen Probleme auf, die von manchen Autoren als unüberwindlich angesehen werden.¹⁾ Ohne jetzt im einzelnen auf die vorgebrachten Kritikpunkte einzugehen²⁾, seien an dieser Stelle nur einige der am häufigsten vorgebrachten Argumente genannt. Hierhin gehört vor allem der Einwand der Künstlichkeit, mit der Situationen und Verhaltensweisen manipuliert würden, die in der Realität nicht vorkommen. Gegen dieses Argument ist einzuwenden, daß, wenn eine solche Künstlichkeit immer gegeben wäre und sie sich immer verzerrend auf die Untersuchungsergebnisse auswirkte, die Ergebnisse von experimentellen und nicht-experimentellen

1) Vgl.: SIEBEL, W.: Die Logik des Experiments in den Sozialwissenschaften, Berlin 1965, S. 10.

2) Zu den folgenden Ausführungen vgl. vor allem: OPP, K. D.: Zur Problematik des Experiments in den Sozialwissenschaften, unveröffentlichtes Manuskript, Nürnberg 1968, S. 1 - 16.

len Untersuchungen niemals übereinstimmen dürften. Das ist aber keineswegs der Fall. Ein ähnlicher Kritikpunkt bezieht sich auf die Komplexität der sozialen Wirklichkeit, zu deren Erfassung Experimente unbrauchbar seien. Die verschiedenen für die Erklärung komplexer sozialer Strukturen herangezogenen Variablen und Variablenkombinationen lassen sich jedoch, wie die bisherige Erfahrung zeigt, in einem Experiment sehr gut auf ihre Wirksamkeit hin untersuchen. In anderen Argumenten wird die Verwendung von Experimenten nicht grundsätzlich in Frage gestellt, sondern lediglich auf bestimmte Grenzen der Anwendbarkeit - moralische, finanzielle etc. - hingewiesen. Gemessen an seinen Möglichkeiten spielt das Experiment in den Sozialwissenschaften im Vergleich zu anderen Forschungstechniken zweifellos bisher eine zu geringe Rolle. Zu seiner effektiveren Verwendung in den Sozialwissenschaften macht OPP¹⁾ einige interessante und brauchbare Vorschläge.

Die Durchführung eines Experiments kann sich im Rahmen verschiedener experimenteller Anordnungen vollziehen.²⁾ Als wichtigstes Kriterium für die Abgrenzung ist dabei der Zeitpunkt für die Messung der abhängigen Variablen anzusehen. Erfolgt diese lediglich während oder nach Eingabe des Stimulus, so spricht man von einem "after-only" Experiment, wird die abhängige Variable dagegen sowohl vor als auch nach der Einwirkung des Stimulus gemessen, so liegt der Fall eines "before-after" Experiments vor. Solten, wie in der vorliegenden Arbeit, eine oder mehrere Hy-

1) Vgl.: OPP, K. D.: Zur Problematik des Experiments in den Sozialwissenschaften, a.a.O.

2) Vgl.: SELLTIZ, C., M. JAHODA, M. DEUTSCH und St.W. COOK: Research Methods in Social Relations, a.a.O., S. 108 ff.

pothesen geprüft werden, in denen Veränderungen der Resultante in Abhängigkeit von verschiedenen Determinanten behauptet werden, so muß in jedem Fall ein "before-after" Experiment durchgeführt werden.

Eine weitere Klassifikation von Experimenten ergibt sich durch die Anzahl und Position der Kontrollgruppe(n) zur Experimentalgruppe. Aufgrund dieser beiden Kriterien lassen sich mindestens sechs verschiedene experimentelle Anordnungen unterscheiden, deren Verwendung in einer empirischen Untersuchung von der jeweiligen Zielsetzung der Arbeit bzw. des Forschers abhängt.¹⁾

Bei der hier gewählten Versuchsanordnung handelt es sich um ein "before-after" Experiment mit verschiedenen Experimentalgruppen. Eine Kontrollgruppe, die dem Stimulus nicht ausgesetzt wird, gibt es nicht, da die verschiedenen Experimentalgruppen gegenseitig in gewissem Sinne als Kontrollgruppen fungieren können. Dieses Experiment wird durch folgende Merkmale charakterisiert: Die Versuchsgruppen wurden einer experimentellen Variablen, dem Stimulus, ausgesetzt. Die abhängige Variable - die Einstellung zum Gegenstand der Aussage - wurde vor und nach Einführung der experimentellen Variable gemessen. Die Versuchsgruppen waren zwischen dem ersten und zweiten Untersuchungsabschnitt einer eventuellen Einwirkung von nichtkontrollierten Vorgängen ausgesetzt.

1) Vgl. hierzu die zusammenfassende Erörterung bei:
SELLTIZ, C., M. JAHODA, M. DEUTSCH und St. W. COOK:
Research Methods in Social Relations, a.a.O., S. 110.

42 Die Auswahl der Versuchsgruppe für die Vor- und Hauptuntersuchung

Für die Auswahl der Versuchsgruppen waren verschiedene Überlegungen maßgebend. Zunächst mußten die Ziele von Vor- und Hauptuntersuchung berücksichtigt werden: Die Voruntersuchung diente lediglich dem Zweck, das entwickelte Instrument zur Messung der Selbsteinschätzung durch Ermittlung der Diskriminationsfähigkeit der verwendeten Items auf innere Konsistenz hin zu prüfen. Die am stärksten diskriminierenden Items¹⁾ bildeten dann die Skala zur Bestimmung der Selbsteinschätzung in der Hauptuntersuchung. Da es sich um eine Voruntersuchung handelte, brauchte der einbezogene Personenkreis nicht sehr groß zu sein. Er umfaßte etwa 30 Probanden.

Ziel des in der Hauptuntersuchung durchgeführten Experiments war es, die aufgestellten Hypothesen zu prüfen. Hierzu ist zunächst allgemein zu sagen, daß es sich bei der im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten empirischen Untersuchung um eine "pilot-study" handelt, die einer ersten Orientierung dient, was vor allem für den Versuch gilt, die Selbsteinschätzung zu messen. Aus diesem Grunde konnte das Erfordernis nach Repräsentativität des untersuchten Personenkreises von vornherein außer acht gelassen werden. Dieselbe Überlegung erlaubte auch eine grundsätzliche Einflußnahme auf den Umfang des Samples. Der Verzicht auf Repräsentativität, welcher im übrigen, wie noch zu zeigen sein wird, auch im Hinblick auf die

1) Begriff und Bestimmung der Diskriminationsfähigkeit werden im Abschnitt über die Durchführung der Voruntersuchung erläutert.

zu prüfenden Hypothesen als durchaus unbedenklich erscheint, sowie die Beschränkung des Sampleumfangs waren jedoch auch schon deshalb geboten, weil die vorliegende Arbeit im Rahmen zeitlicher und auch finanzieller Begrenzungen zu erstellen war.

Andererseits durfte das Sample für die Hauptuntersuchung nicht zu klein gewählt werden; denn für die Prüfung der Hypothesen war es notwendig, aus dem Gesamtsample wiederum Untergruppen zu bilden, die in angemessener Weise besetzt sein mußten. Bei einer Aufteilung in sechs Untergruppen, die durch jeweils verschiedene Variablenkombinationen gekennzeichnet sein würden, erschien eine Gesamtzahl von mindestens 100 Versuchspersonen für die Hauptuntersuchung unbedingt erforderlich.

Bei der Bestimmung des Personenkreises, aus dem die Stichproben für die Vor- und Hauptuntersuchung gebildet werden sollten, mußte berücksichtigt werden, daß für die Durchführung der empirischen Untersuchung die Entwicklung und Anwendung eines Instruments zur Messung der Selbsteinschätzung jedes einzelnen Probanden notwendig waren. Die Erstellung eines derartigen arbeitsfähigen Instruments wird, wie in Abschnitt 4313 noch weiter auszuführen ist, sehr stark von der Art der Versuchsgruppe beeinflusst, d.h. von den Eigenschaften der ihr angehörenden Personen. Die Entwicklung einer Selbsteinschätzungsskala wird um so mehr erleichtert, je homogener die Versuchsgruppe im Hinblick auf in diesem Zusammenhang eventuell relevante Merkmale wie Alter, Geschlecht, sozialer Status, Bildungsgrad etc. ist. Eine solche Homogenität erlaubt es, die für das Meßinstrument zu bildenden Items präziser auf die einer sozialen Gruppe angehörenden Probanden zuzuschneiden, als das bei einem sehr heterogenen Personenkreis der Fall wäre.

Diese Überlegungen führten zunächst zu dem Entschluß, eine Studenten- oder Schülergruppe zu wählen. Die im Anschluß daran getroffene Entscheidung, für die Voruntersuchung Studenten der Sozialwissenschaften der ersten Semester und für die Hauptuntersuchung Schüler der Oberklassen eines Gymnasiums heranzuziehen, weicht von dem im allgemeinen üblichen Verfahren bei der Bildung einer Likert-Skala ab, nach der die Stichproben für Vor- und Hauptuntersuchung aus ein- und demselben Personenkreis zu ziehen sind. Da in die Vor- und Hauptuntersuchung jedoch nur Studenten der ersten Semester und Schüler der letzten Klassen aufgenommen wurden, erscheint die hier praktizierte Vorgehensweise bei der Auswahl der Versuchspersonen in jedem Fall vertretbar, handelt es sich hier doch um Probanden, die sich im Vergleich zu anderen Teilen der Bevölkerung hinsichtlich einer Reihe von relevanten Merkmalen sehr ähnlich sein dürften.

In diesem Fall jedoch erschien der hier beschrittene Weg in bezug auf die zu messende Variable Selbsteinschätzung sogar angebracht. Denn trotz aller möglichen Gemeinsamkeiten zwischen älteren Schülern und jungen Studenten kann von der Überlegung ausgegangen werden, daß gerade Studenten der Sozialwissenschaften bei der Anwendung bestimmter Meßtechniken ausgesprochen "sophisticated" reagieren, d.h. also spitzfindiger, kritischer und weniger fähig und geneigt, sich eindeutig für eine der möglichen Antwortkategorien zu entscheiden, als Schüler das vermögen. Wenn daher ein Instrument zur Messung von Selbsteinschätzung bei dermaßen zu charakterisierenden Studenten in dem Sinne funktioniert, daß es zwischen Versuchspersonen mit hoher und solchen mit geringer Selbsteinschätzung diskriminiert, so ist anzunehmen, daß dieses

Instrument erst recht bei Schülern funktioniert. In die Voruntersuchung wurde eine Gruppe von Studenten und Studentinnen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg einbezogen, die sich überwiegend in den ersten Semestern befanden und noch an Anfängerseminaren und Übungen teilnahmen.

Um die durch die unterschiedliche Geschlechtszugehörigkeit der Versuchspersonen eventuell entstehenden Verzerrungen auszuschalten, wurden in die Hauptuntersuchung mit Schülern keine Koedukationsklassen aufgenommen. Die Wahl fiel dabei auf ein naturwissenschaftliches Gymnasium für Jungen. Weil die Versuchspersonen der Voruntersuchung zum überwiegenden Teil männlichen Geschlechts waren, mußte dem in der Hauptuntersuchung entsprochen werden. Die Versuchsgruppe wurde gebildet aus den letzten und vorletzten Klassen; die Gesamtgruppe der Hauptuntersuchung bestand aus insgesamt sechs Klassen.

43 Die Erstellung der Meßinstrumente

431 Die Messung der Selbsteinschätzung

4311 Vorbemerkung

Die Messung der Selbsteinschätzung von Individuen sowie deren Einschätzung anderer Personen erfolgt sehr oft mit Hilfe der Technik des Q-Sorts.¹⁾ Dabei wird eine größere

1) Vgl.: STEPHENSON, W.: The Study of Behavior: Q-Technique and its Methodology, a.a.O.; - MOWRER, O. H.: 'Q Technique'-Description, History, and Critique, in: MOWRER, O. H. (Hrsg.): Psychotherapy: Theory and Research, New York 1953, S. 316 - 375; - CRONBACH, L. J.: Correlations between Persons as a Research Tool, in: MOWRER, O. H., (Hrsg.): Psychotherapy: Theory and Research, a.a.O., S. 376 - 388; - ROGERS, C. R. und R. F. DYMOND (Hrsg.): Psychotherapy and Personality Change, a.a.O.

Anzahl beschreibender Sätze (Items) von der Versuchsperson in eine Rangfolge gebracht, und zwar zunächst in eine Reihenfolge, wie sie der betreffende Proband zur Charakterisierung seiner eigenen Person als zutreffend ansieht. Anschließend muß der Proband eine Reihenfolge der Items herstellen, wie sie seinem Idealbild von sich selbst entspricht. Die durch Korrelieren ermittelte Diskrepanz zwischen Selbstbild und Idealbild gilt dann insofern als Maß für die Selbsteinschätzung, als diese um so höher erscheint, je geringer die Diskrepanz zwischen Selbst- und Idealbild ist bzw. um so geringer, je größer dieser Abstand ist.¹⁾

Die Technik des Q-Sorts findet hauptsächlich im Bereich der Psychotherapie Anwendung. Für Individuen, die sich in eine psychotherapeutische Behandlung begeben, ist das Vorliegen einer mehr oder weniger großen Diskrepanz zwischen Selbst- und Idealbild charakteristisch und ihre Verringerung Ziel der Therapie. Unter diesen Umständen scheint die Q-Technik für die empirische Untersuchung in dieser Arbeit weniger geeignet. Hinzu kommt die Überlegung, daß die Anwendung des Q-Sorts umfangreiche statistische Rechenoperationen erforderlich macht und für die Prüfung der hier aufgestellten Hypothesen einfachere Instrumente ausreichend erscheinen. Aus diesen Gründen wurde auf die Verwendung dieser Q-Technik in der vorliegenden Arbeit verzichtet.

1) Untersuchungen, in denen mit dem Q-Sort zur Messung des hier als Selbsteinschätzung bezeichneten Faktors gearbeitet wurde bzw. über derartige Untersuchungen berichtet wird, sind u.a. bei SHAW, M. E. und J. M. WRIGHT: Scales for the Measurement of Attitudes, a.a.O., S. 428, aufgeführt.

4312 Die Likert-Skala

Bei dem im Rahmen der vorliegenden Arbeit verwendeten Instrument zur Messung der Selbsteinschätzung der Versuchspersonen handelt es sich um eine Technik der summierten Einschätzungen, deren in den Sozialwissenschaften am häufigsten angewendete Form auf LIKERT¹⁾ zurückgeht. Es soll an dieser Stelle nur kurz auf die wichtigsten Merkmale dieser Technik sowie auf einige ihrer Vor- und Nachteile eingegangen werden.²⁾

Um eine Likert-Skala zu konstruieren, wird zunächst eine relativ große Zahl monotoner Items gesammelt, die sich auf bestimmte Persönlichkeitsbereiche der zu untersuchenden Personengruppe beziehen. Es ist dabei nicht notwendig, daß der Zusammenhang zwischen den einzelnen Items und der zu messenden Einstellung auch von dem Probanden gesehen wird. Die Items sollen entweder eindeutig positiv oder eindeutig negativ formuliert sein. Anhaltspunkte für die Formulierung der Items in der hier durchgeführten Untersuchung lieferten die von BERGER³⁾, PHILLIPS⁴⁾ und

1) Vgl.: LIKERT, R.: A Technique for the Measurement of Attitudes, Archives Psychology Nr. 140, 1932, S. 1 - 55.

2) Ausführlich beschäftigt sich mit diesem Problem: STOSBERG, M.: Möglichkeiten der Messung von Einstellungen als theoretisch relevanter Variablen für die Erforschung der Entstehung und Wirkung von Aussagen der Massenmedien, a.a.O. Darüber hinaus sei auf folgende knapp formulierte Darstellungen hingewiesen: SHAW, M. E. und J. M. WRIGHT: Scales for the Measurement of Attitudes, a.a.O., S. 428 ff.; - SCHEUCH, E.K.: Skalierungsverfahren in der Sozialforschung, in: KÖNIG, R. (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung, Stuttgart 1967, S. 358 f.; - SELLTIZ, G., M. JAHODA, M. DEUTSCH und St. W. COOK: Research Methods in Social Relations, a.a.O., S. 378 - 380.

3) Vgl.: BERGER, E.: The Relation between Expressed Acceptance of Self and Expressed Acceptance of Others, in: J. Abn. Soc. Psychol. 47, 1952, S. 778 - 782.

4) Vgl.: PHILLIPS, E. L.: Attitudes toward Self and Others: A Brief Questionnaire Report, in: J. Consult. Psychol. 15, 1951, S. 79 - 81.

JANIS und FIELD¹⁾ entwickelten Skalen.

Jedem Item wird ein Antwortschema zugeordnet, das z.B. von "trifft für mich genau zu" bis "trifft für mich überhaupt nicht zu" reicht. Dabei kann die Zahl der Abstufungen zwischen diesen beiden Extremwerten verschieden groß sein. In der Regel werden insgesamt fünf Antwortkategorien vorgegeben, es lassen sich aber auch Antwortschemata mit insgesamt sieben, wie von OSGOOD²⁾ vorgeschlagen, oder neun Kategorien konstruieren. Ist ein Item in der Weise formuliert, daß es eine positive Einstellung gegenüber dem Einstellungsobjekt wiedergibt, so werden den Antwortkategorien die Punktwerte 5, 4, 3, 2, 1 in der Weise zugeordnet, daß die Aussage "trifft für mich genau zu" die höchste Punktzahl, also 5, erhält und die entgegengesetzte Antwort "trifft für mich überhaupt nicht zu" mit 1 bewertet wird. Bei negativ formulierten Items gilt das umgekehrte Bewertungssystem. Die Wahl einer ungeraden Zahl von Antwortkategorien gewährleistet die Entscheidung des Probanden zugunsten einer eindeutig neutralen oder unentschiedenen Position.

In der vorliegenden Arbeit wird in Abweichung von der sonst üblichen Verfahrensweise bei der Konstruktion einer Likert-Skala ein Antwortschema gewählt, bei dem lediglich die beiden Extremwerte verbal gekennzeichnet sind. Auf diese Weise wird verhindert, daß durch das Vorgeben bereits verbal formulierter Antwortmöglichkeiten die Probanden die einzelnen

-
- 1) Vgl.: JANIS, I. L. und P. B. FIELD: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, Appendix A, a.a.O., S. 300 ff.
 - 2) Vgl.: OSGOOD, Charles, G. J. SUCI und P. H. TANNENBAUM: The Measurement of Meaning, a.a.O., S. 24 f.

Kategorien unterschiedlich verstehen und so möglicherweise Verzerrungen in der Messung der betreffenden Einstellung entstehen.

Es wird bei dem Verfahren der summierten Einschätzungen davon ausgegangen, daß je positiver die Einstellung einer Versuchsperson gegenüber einem bestimmten Einstellungsobjekt - z.B. der eigenen Leistungsfähigkeit - ist, um so höher auch der Wert steigt, den sie bei der Reaktion auf ein Item erreicht. Der Gesamtpunktwert einer Versuchsperson wird durch eine Addition der Werte, die für die einzelnen Items erreicht wurden, berechnet. Dabei gilt: Je höher die Punktzahl, desto positiver ist die Einstellung der betreffenden Versuchsperson hinsichtlich des erfaßten Einstellungsobjekts. Für die vorliegende Arbeit bedeutet das also: Je höher die Punktzahl, um so höher ist die Selbsteinschätzung des Probanden. Eine solche Summierung von Einzelpunktwerten ist jedoch äußerst umstritten und Hauptangriffspunkt in den kritischen Stellungnahmen zur Likert-Skala.¹⁾ Bei dieser Vorgehensweise wird nämlich Additivität der Einzelpunktwerte unterstellt, eine Annahme, von deren Berechtigung keineswegs ohne weiteres ausgegangen werden kann.

Die Anwendung der Likert-Skala sieht zunächst die Entwicklung und Testung einer Probeskala für den zu untersuchenden Personenkreis vor. Mit Hilfe einer Technik der Itemanalyse wird im Anschluß daran die Diskriminationsfähigkeit der entwickelten Items festgestellt. Auf diese Weise sollen diejenigen Items ausgeschieden werden, die sich nicht auf die zu messende Einstellung beziehen. Da

1) Vgl. hierzu die bereits angegebene Literatur zur Likert-Skala.

im Rahmen der vorliegenden Arbeit die Diskriminationsfähigkeit der verwendeten Items bestimmt wird und daher dieser Vorgang noch ausführlich beschrieben wird, soll an dieser Stelle auf weitere Erläuterungen verzichtet werden.

Bei der Konstruktion einer Likert-Skala wird eine Messung auf dem Niveau einer Ordinalskala angestrebt. Ein solches Meßniveau geht über das einer Nominalskala hinaus, bei der lediglich eine Einteilung in Klassen vorgenommen wird. Denn bei der Ordinalskala wird im Falle der Likert-Skala eine Ordnung hergestellt, welche die Aussage ermöglicht, daß der Proband mit der Gesamtpunktzahl 150 über eine höhere Selbsteinschätzung verfügt als der mit der Punktzahl 100 und dieser wiederum mehr Selbstbewußtsein besitzt als der Proband mit dem Gesamtpunktwert 50. Nicht zulässig ist es jedoch, aufgrund einer so konstruierten Skala Angaben über die Abstände hinsichtlich der Selbsteinschätzung der einzelnen Versuchspersonen zu machen. Aus den oben genannten Punktwerten 150, 100 und 50 geht z.B. keineswegs hervor, daß die mit 100 gemessene Selbsteinschätzung des zweiten Probanden gleichweit von den für die beiden anderen Probanden festgestellten Werten (150 und 50) entfernt ist. Eine solche Aussage setzt die Messung auf dem Niveau einer Intervallskala voraus, das jedoch von der Likert-Skala nicht erreicht wird. Ebenso wenig läßt sich auf der Likert-Skala ein Nullpunkt oder ein neutraler Punkt zwischen einer positiven Einstellung einerseits und einer negativen Einstellung andererseits konstruieren. Nur in einem solchen Falle wäre z.B. die Behauptung berechtigt, daß eine mit 100 gemessene Selbsteinschätzung doppelt so groß ist wie eine solche von 50. Die Bestimmung eines Nullpunkts auf dem Einstellungskontinuum setzt eine Messung auf dem Ratioskalenniveau voraus. Bei einer bestimmten Anzahl von Items lassen

sich zwar aufgrund einer gegebenen Verteilung der Gesamtpunktwerte in einer Versuchsgruppe und einer maximal möglichen Schwankungsbreite von z.B. 40 bis 160 die Werte um 50 möglicherweise als negative Einstellung und die Werte um 150 als positive Einstellung gegenüber einem Einstellungsobjekt deuten. Die dazwischen liegenden Punktwerte des Kontinuums können jedoch ohne Angabe eines Nullpunktes lediglich als gleitende Übergänge von negativ nach positiv interpretiert werden.

Mit der hier dargestellten Technik ist es also nur möglich, eine Ordnung oder Quasiordnung innerhalb einer Gruppe von Probanden herzustellen, wobei der erreichte Gesamtpunktwert immer nur im Vergleich zu den Gesamtpunktwerten anderer Versuchspersonen derselben Gruppe gesehen und beurteilt werden darf. Hinzu kommt noch, daß der Gesamtpunktwert allein eine sehr wenig klare Bedeutung hat. Denn es können ja sehr viele verschiedene Antwortmuster zu demselben Gesamtpunktwert führen. Dies kann um so eher der Fall sein, je größer die Zahl der vorgegebenen Antwortkategorien ist, allerdings nur unter der Voraussetzung, daß die Items die entsprechende Einstellung in unterschiedlicher Stärke messen bzw. nicht gewichtet sind. "Differences in attitude are being obscured by identical scores".¹⁾

Trotz der vorgebrachten Einwände gegenüber der Likert-Skala, deren schwerwiegendster in der nicht ausreichend gerechtfertigten Annahme der Additivität besteht, handelt es sich hier um ein in der empirischen Sozialforschung recht häufig verwendetes Instrument, ein Umstand,

1) SELLTIZ, C., M. JAHODA, M. DEUTSCH und St. W. COOK:
Research Methods in Social Relations, a.a.O., S. 369.

der in erster Linie mit der "Brauchbarkeit" der mit Hilfe dieser Technik gewonnenen Ergebnisse erklärt werden muß. Zur Prüfung der in dieser Arbeit aufgestellten Hypothesen ist lediglich eine Ordnung der Versuchspersonen auf einem Kontinuum der Einstellung Selbsteinschätzung nötig. Eine solche Ordnung kann mit Hilfe einer Likert-Skala erstellt werden. Hinzu kommt noch, daß sie im allgemeinen relativ einfach und ohne großen Kostenaufwand zu konstruieren ist. Diese Gesichtspunkte waren vor allem entscheidend für die Wahl des in der vorliegenden Arbeit verwendeten Instruments.

4313 Die Formulierung und Auswahl der Items

Die Messung der Variable Selbsteinschätzung wird - gemäß dem Wortlaut - hier verstanden als ein Vorgang des "self-rating", bei der sich der Proband selbst beurteilt und nicht von einem anderen hinsichtlich verschiedener Aspekte seiner Persönlichkeit eingeschätzt wird. Bei diesem Vorgehen wird von der Überlegung ausgegangen, daß das Individuum in der Regel bessere Kenntnisse über seine Fähigkeiten, Vorstellungen, Eigenschaften, Gefühle, Wünsche etc. besitzt als jede andere Person, wobei jedoch bedacht werden muß, daß die eigene Beurteilung immer in Wechselwirkung mit der Beurteilung durch andere Personen erfolgt. Bis zu einem gewissen Grade schätzt man sich selbst so ein, wie man glaubt, von der Umgebung eingeschätzt zu werden. Die Technik des "self-rating" ist zudem nur dann valide, wenn der Proband sich seiner eigenen Eigenschaften bewußt und bereit ist, hierüber Auskunft zu geben. Ist beides der Fall - und davon muß hier ausgegangen werden - liefert die Methode des "self-rating"

Informationen, die mit Hilfe anderer Vorgehensweisen schwerlich und nur mit sehr viel größerem Aufwand an Zeit und Kosten gewonnen werden könnten.¹⁾

Für die Formulierung und Auswahl der Items zur Messung der Selbsteinschätzung bei der vorliegenden Untersuchung wurden zunächst drei Skalen vom Typ einer Likert-Skala aus der Literatur²⁾ herangezogen. Dabei handelt es sich um die Skalen der bereits mehrfach zitierten Autoren JANIS und FIELD, PHILLIPS und BERGER. JANIS und FIELD³⁾ gehen in ihrer Untersuchung der Frage nach, durch welche Faktoren die individuellen Unterschiede in der Überredbarkeit von Personen bedingt sein könnten. Sie formulieren Hypothesen, in denen verschiedene Persönlichkeitsfaktoren - unter ihnen die Variable Selbsteinschätzung - als eine potentielle Determinante der Überredbarkeit angesehen wird. Die Messung der verschiedenen Persönlichkeitsfaktoren - insgesamt neun - erfolgt, indem für jeden dieser Faktoren eine Reihe von Items gebildet wird, die auf das betreffende Persönlichkeitsmerkmal bezogen sind.

-
- 1) Näheres zu den Möglichkeiten und Grenzen von "self-ratings" bzw. "self-reports" vgl. SELLTIZ, C., M. JAHODA, M. DEUTSCH und St. W. COOK: Research Methods in Social Relations, a.a.O., S. 236 ff. und S. 350 f.
 - 2) Zur Messung der prädispositionalen Selbsteinschätzung bzw. des Selbstkonzepts, der Selbstannahme etc. vgl. u.a. auch: SECORD, P. F. und S. M. JOURARD: The Appraisal of Body-Cathexis: Body-Cathexis and the Self, in: J. Consult. Psychol. 17, 1953, S. 343 - 347. Die Autoren entwickeln einen "Self-Evaluation-Index". Vgl.: WYER, R. S. Jr.: Self-Acceptance, Discrepancy between Parents Perceptions of Their Children and Goal-Seeking Effectiveness, in: J. Pers. Soc. Psychol. 2, 1965, S. 311 - 316; - DAVIDS, A. und M. J. LAWTON: Self-Concept, Mother Concept, and Food Aversions in Emotionally Disturbed and Normal Children, in: J. Abn. Soc. Psychol. 62, 1961, S. 309 - 314; - ROSENBAUM, M. E. und R. F. STANNERS: Self-Esteem, Manifest Hostility, and Expression of Hostility, in: J. Abn. Soc. Psychol. 63, 1961, S. 646 - 649; - SARBIN, T. R. und B. G. ROSENBERG: A Method for Obtaining a Quantitative Estimate of Self, in: J. Pers. Psychol. 42, 1955, S. 71 - 81; - BROWNFAIN, J. J.: Stability of the Self-Concept as a Dimension of Personality, in: J. Abn. Soc. Psychol. 47, 1952, S. 597 - 606.

So ergeben sich neun solcher Item-Häufungen ("clusters"), die jeweils mit einem Persönlichkeitsfaktor in Verbindung stehen. Das, was in der vorliegenden Arbeit als geringe Selbsteinschätzung bezeichnet wird, definieren die Autoren als "soziales Unterlegenheitsgefühl" ("feelings of social inferiority"). Die Messung des Unterlegenheitsgefühls erfolgt innerhalb des Persönlichkeitsfragebogens auf drei verschiedene Arten: Die geringe Selbsteinschätzung wird einmal repräsentiert durch ein Gefühl der Unzulänglichkeit ("feelings of inadequacy"), zum anderen durch das Vorhandensein sozialer Hemmungen ("social inhibitions") und schließlich durch bei gegebener Gelegenheit auftretende Prüfungsangst ("test anxiety"). Diese drei Persönlichkeitsmerkmale bilden die Variable "soziales Unterlegenheitsgefühl", ein Ausdruck, der von den Autoren in etwa mit niedriger Selbsteinschätzung synonym gebraucht wird.

Da dieses Instrument zur Verwendung der im Rahmen der vorliegenden Arbeit zu messenden Variable Selbsteinschätzung mitherangezogen werden sollte, wurde zunächst der Versuch unternommen, die einzelnen Items ins Deutsche zu übertragen. Die erste Gruppe von 23 Items bezieht sich auf das Merkmal "Gefühl der Unzulänglichkeit" und umfaßt Fragen nach der Angst der Versuchspersonen in sozialen Situationen, Fragen nach dem Selbstbewußtsein und Gefühlen persönlicher Wertlosigkeit. Beispiele hierfür sind etwa die Fragen: "Wie oft haben Sie das Gefühl, daß Sie sich selbst nicht mögen?" oder "Fällt es Ihnen schwer, sich mit Ihnen völlig fremden Menschen zu unterhalten?" oder "Kommt es vor, daß Sie sich fürchten, wenn Sie einen Raum betreten, in

3) Vgl.: JANIS, I. L. und P. B. FIELD: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, a.a.O., S. 55 ff.

dem andere Leute bereits versammelt sind und sich unterhalten?"¹⁾ Wird die Frage mit "sehr oft" bzw. "ja, sehr" beantwortet, wobei jeweils fünf Antwortkategorien vorhanden sind, so zeigt das die Existenz eines Unzulänglichkeitsgefühls an. Die zweite Gruppe besteht aus 11 Items, die den Bereich der sozialen Hemmungen betreffen. Die Items beziehen sich auf ein Verhalten, das mit "social avoidance behavior" bezeichnet wird sowie auf die Vorliebe, allein zu sein. Hier werden z.B. Fragen gestellt wie: "Arbeiten Sie lieber mit anderen zusammen als allein?", oder "Ziehen Sie es vor, Ihre Abende allein zu verbringen?"²⁾ Die Entscheidung über das "Alleinseinwollen" gilt dabei als Zeichen für das Vorliegen sozialer Hemmungen und in diesem Zusammenhang als Indikator für eine geringe Selbsteinschätzung.

Bei diesem Fragenkomplex zeigt sich bereits, wie problematisch es ist, eine Skala aus der englischsprachigen Literatur einfach zu übernehmen. Die Skalen zur Messung des Gefühls der Unterlegenheit wurden von amerikanischen Forschern zur Messung einer Einstellung gegenüber der eigenen Person entwickelt, d.h. das Instrument wurde zugeschnitten auf Individuen in einer ganz bestimmten soziokulturellen Umgebung. Die Wertvorstellungen und Normen - auch hinsichtlich der eigenen Person - können durchaus abweichen von denjenigen in einem anderen Kulturkreis. Aufgrund eines anderen Erziehungssystems in Deutschland erscheint

1) Vgl.: JANIS, I. L. und P. B. FIELD: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, Appendix A, a.a.O., S. 300 f.

2) Vgl. ebenda, S. 301 f.

z.B. der Wunsch, allein zu sein und auch allein und selbständig zu arbeiten, nicht als ein gültiger Indikator für eine geringe Selbsteinschätzung. Solche Items scheinen bereits vom Augenschein her nicht valide zu sein und werden daher für die hier verfolgten Zwecke als nicht geeignet angesehen.¹⁾

Der dritte Fragenkomplex, der sich mit der Prüfungsangst beschäftigt, umfaßt 8 Items. Bei der Formulierung dieser Items, die die Autoren von SARASON und MANDLER²⁾ übernehmen, geht man von der Überlegung aus, daß bei übermäßiger Angst vor Prüfungen eine geringe Einschätzung der eigenen intellektuellen Fähigkeiten naheliegt, was wiederum das Vorhandensein eines Unterlegenheitsgefühls bedeuten würde.³⁾

Eine weitere Grundlage für die Formulierung der in dieser Arbeit verwendeten Items zur Messung der Variable Selbsteinschätzung bildeten, wie bereits erwähnt, die Skalen von PHILLIPS und BERGER, welche in die Sammlung von SHAW und WRIGHT⁴⁾ aufgenommen wurden. PHILLIPS entwickelte sein Instrument lediglich zu dem Zweck, um es allgemein bei der Prüfung von Hypothesen anwenden zu können und formulierte insgesamt 50 Items, davon 25 zur

1) JANIS und FIELD weisen an dieser Stelle auch auf ihre Bedenken in bezug auf eine tatsächliche Beziehung zwischen Unterlegenheitsgefühl ("feelings of inferiority") und verschiedenen Items aus der Gruppe "soziale Hemmungen" hin. Sie rechtfertigen ihren Entschluß, diese Items doch zu verwenden, aber dann mit dem Hinweis, daß eine signifikante Korrelation zwischen den Gesamtpunktwerten bei "persönlicher Unzulänglichkeit" ("personal inadequacy") und "sozialen Hemmungen" ("social inhibitions") festgestellt werden konnte.

2) Vgl.: SARASON, S. B. und G. MANDLER: Some Correlates of Test Anxiety, in: J. Abn. Soc. Psychol. 47, 1952, S. 810 - 817.

3) Vgl.: JANIS, I. L. und P. B. FIELD: Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasability, Appendix A, a.a.O., S. 302.

4) Vgl.: SHAW, M. E. und J. M. WRIGHT: Scales for the Measurement of Attitudes, a.a.O., S. 429 - 436.

Messung der Einstellung gegenüber sich selbst und 25 zur Messung der Einstellung gegenüber anderen Personen, die jedoch in diesem Zusammenhang nicht von Interesse sind. Die von BERGER konstruierte Skala zur Einstellungsmessung enthält insgesamt 64 Items, von welchen sich 36 auf die Selbsteinschätzung bzw. Selbstannahme ("self-acceptance"), wie sich der Autor ausdrückt, beziehen. Beide Forscher stützen sich bei der Auswahl und Bestimmung der Items auf Studenten- bzw. Schüler-samples, ein Personenkreis, der, wie bereits erwähnt, auch die Bezugsgruppe für die hier zu verwendenden Items bildet. Für beide Skalen wurden Reliabilitäts- und Validitätstests durchgeführt. Insbesondere die von BERGER entwickelte Skala wurde sehr sorgfältig gerade im Hinblick auf die Validität der Items geprüft. Die Tests erbrachten ein zufriedenstellendes Ergebnis. Zu der Berger-Skala bemerkten SHAW und WRIGHT: "This is the most carefully developed scale to measure attitude toward self that we found in the literature. Evidence of validity is more extensive than for most scales in this book."¹⁾

Bei der Übertragung der Items beider Skalen ins Deutsche tauchten wiederum verschiedene Schwierigkeiten auf. Zunächst ist es außerordentlich kompliziert, die Items exakt zu übersetzen und genau den Sinn wiederzugeben, den die Forscher bei der Formulierung der Items auszudrücken beabsichtigten. Geringe Abweichungen können einem Item schnell einen etwas anderen Sinn geben und dadurch völlig andere Reaktionen bei den Versuchspersonen auslösen. So wurde manchmal auf eine eigentliche Übersetzung

1) SHAW, M. E. und J. M. WRIGHT: Scales for the Measurement of Attitudes, a.a.O., S. 433.

verzichtet und statt dessen versucht, lediglich den in dem Item angesprochenen Sachverhalt zu erfassen und ihn neu, aus der Umgangssprache heraus, zu formulieren. In Zweifelsfällen wurde auf eine Übersetzung und damit auf das betreffende Item ganz verzichtet.

Darüber hinaus gibt es auch bei diesen Skalen wiederum Items, deren Verwendung zur Messung der Selbsteinschätzung bei deutschen Schülern und Studenten nicht sinnvoll erscheint. So ist der Wert des "being popular" in Amerika von einer Bedeutung, den er bei uns bei weitem nicht erreicht. Da jedoch Skalen von vergleichbarer Brauchbarkeit zur Messung der Selbsteinschätzung in der Forschung des deutschen Sprachbereichs bislang nicht vorhanden sind, mußte, um Anhaltspunkte für die Entwicklung des hier zu verwendenden Instruments zu gewinnen, auf die Ergebnisse der amerikanischen Forschung zurückgegriffen werden.

Die Items in den beschriebenen und als Vorlage dienenden Skalen sind oft sehr allgemein formuliert. So heißen z.B. zwei Items: "I think that I am too shy."¹⁾ oder "Do you ever think that you are a worthless individual?"²⁾ Im Gegensatz dazu wurden für die vorliegende Arbeit vor allem Items formuliert - oft in erheblicher Abwandlung der amerikanischen -, in denen konkrete Sachverhalte beschrieben wurden. Dadurch wird zunächst einmal die Wahrscheinlichkeit verringert, daß jeder Proband unter einem

1) SHAW, M. E. und J. M. WRIGHT: Scales for the Measurement of Attitudes, a.a.O., S. 431.

2) JANIS, I. L. und P. B. FIELD: Sex Differences and Persuasibility, Appendix A, a.a.O., S. 300.

Item etwas anderes versteht, so daß das Ausmaß der verschiedenen Interpretationsmöglichkeiten eingeschränkt wird. Diese Vorgehensweise erscheint durchaus angebracht, ja geradezu sinnvoll, wenn man bedenkt, daß Studenten, die hier für die Voruntersuchung herangezogen wurden, in der Regel in bezug auf Wertvorstellungen, Lebensgewohnheiten, soziale Situation etc. als eine im Vergleich zu anderen Bevölkerungskreisen relativ homogene Gruppe angesehen werden können, für die dann auch die in dem Item formulierten speziellen Sachverhalte zutreffen. So wurde z.B. aus dem oben angeführten Item "I think that I am too shy" das Item "Auf Parties ärgere ich mich über meine Schüchternheit". In einem anderen Zusammenhang wurde bereits die Vermutung ausgesprochen, daß Studenten - besonders der Sozialwissenschaften - "sophisticated" sein können. Sehr allgemein formulierte Items könnten daher bei dem Probanden zur Folge haben, daß er sich beim Durchlesen eines jeden Satzes die Frage stellt: "Ja, in welcher Hinsicht, in welchem Zusammenhang, bei welcher Gelegenheit, etc. " Da eine Antwort auf diese Fragen in dem jeweiligen Item nicht gegeben wird, könnte das bei vielen Versuchspersonen zu der Tendenz führen, möglichst neutrale Antworten zu geben und sich nicht für die Annahme oder Ablehnung eines Items zu entscheiden. Das würde bedeuten, daß ein solches Item nicht genügend diskriminiert. Verhalten sich viele Probanden bei vielen Items in der Weise, so wird die Diskriminationsfähigkeit des gesamten Instruments damit in Frage gestellt. Denn es läßt sich annehmen, daß ein Item um so stärker hinsichtlich der zu messenden Variable diskriminiert, je mehr in ihm auf einen genau umrissenen Sachverhalt Bezug genommen wird, d.h. also, je konkreter es formuliert ist.

Allgemeine Richtlinien für die endgültige Auswahl bzw. Um- und Neuformulierung von Items zur Messung der Selbsteinschätzung wurden darüber hinaus durch die Konzentration auf verschiedene für das Individuum relevante Bedürfnisbereiche gewonnen. In einem Aufsatz von COHEN¹⁾ wird über eine Untersuchung berichtet, bei der die Selbsteinschätzung mit Hilfe der Methode des Q-Sorts - eine Vorgehensweise, die oben bereits kurz erläutert wurde - bestimmt wird. In dieser Untersuchung beziehen sich die Forscher bei der Formulierung der Items auf fünf repräsentative Bedürfnisbereiche des Individuums: Leistung ("achievement"), Autonomie ("autonomy"), Anerkennung ("recognition"), Kontakt-Angliederung ("affiliation") und Kognition ("cognition").²⁾ Jeder dieser Bedürfnisbereiche wurde auch in dieser Arbeit bei der Erstellung der Items berücksichtigt. In jeweils verschiedenen Zusammenhängen, die sich auf unterschiedliche Verhaltensweisen und Beurteilungen sowie auf zwischenmenschliche Beziehungen und mehr allgemeine Fragen erstrecken, wurde direkt oder indirekt auf die angesprochenen Bedürfnisse Bezug genommen.

Aufgrund der bereits begründeten Überlegung, daß in den Items möglichst konkrete Sachverhalte beschrieben werden sollen, wurden innerhalb der verschiedenen Bedürfnisbereiche ganz spezielle Bedürfnisse bzw. Bedürfnisgruppen berührt. Hierbei handelt es sich um solche, von denen angenommen werden kann, daß sie für Studenten und Schüler relevant sind. So wurden in den Items z.B. die Fähigkeiten und Erfolgchancen im Rahmen der Schule und im späteren Beruf, die Beziehungen der Schüler und Stu-

1) Vgl.: COHEN, A. R.: Some Implications of Self-Esteem for Social Influence, a.a.O., S. 102 - 120.

2) Vgl. ebenda, S. 105.

dentem zum anderen Geschlecht, ihre Selbständigkeit bei der Erledigung bestimmter Aufgaben etc. angesprochen.

Bei allen Items wurde die direkte, persönliche Form des "ich" oder "meine" der unpersönlichen Formulierung des "man" oder "es ist" vorgezogen, damit sich die Probanden in jedem Fall direkt und unmittelbar angesprochen fühlen sollten. Im Gegensatz zu den drei hier beschriebenen Skalen aus der amerikanischen Literatur, bei denen die Items durchweg negativ formuliert waren, wurden hier die Items sowohl negativ als auch positiv formuliert, und zwar in der Art, daß schließlich etwa die Hälfte positiv, die Hälfte negativ war. Damit wurde der bei einer Likert-Skala üblichen Vorgehensweise entsprochen, welche die Herausbildung bestimmter Antwortmuster ("patterns of response") verhindern soll.

Zur Verschleierung der wahren Absicht bei der Messung der Selbsteinschätzung wurden für die Voruntersuchung zahlreiche zusätzliche Items aus für Studenten und Schüler aktuellen außen- und innenpolitischen Bereichen gebildet. Die angesprochenen Themen waren: der Vietnam-Krieg, die Wiedereinführung der Todesstrafe und die Springer-Presse. Die Items, die diese Themen betrafen, wurden in den Fragebogen eingestreut und hatten z.B. folgenden Wortlaut: "Ich halte das ganze Gerede um Springer für eine Hetzkampagne der Linksintellektuellen", oder: "Ich glaube, daß die Todesstrafe nur abschreckend wirkt, wenn sie öffentlich vollzogen wird", oder: "Ich habe Hochachtung vor den Amerikanern in Vietnam, die, wie schon im 2. Weltkrieg, wieder einmal in einem fremden Land für fremde Interessen kämpfen." Auf diese Weise sollte die

wirkliche Absicht, lediglich die Selbsteinschätzung zu messen, nicht mehr so leicht und von vornherein erkennbar sein, und es wurde vermutet, daß die Antworten auf die entscheidenden Items so unbefangener gegeben werden könnten.

Welchen Einfluß die Kenntnis des Probanden von der Absicht des Forschers, die Selbsteinschätzung zu messen, auf den Prozeß der Selbsteinschätzung hat, und ob diese Kenntnis überhaupt einen Einfluß hat, das kann nur aufgrund von Ergebnissen weiterführender empirischer Untersuchungen entschieden werden. Bislang scheint diese Frage im Bereich vor allem der deutschen Forschungstätigkeit vernachlässigt worden zu sein. Ob durch die Einführung von "Füll-Items" eine Verzerrung der Realität verhindert wurde oder nicht, konnte denn auch nicht rational entschieden werden. Nach Durchführung der Voruntersuchung zeigte sich, daß neben der Erfragung der Meinung zum Vietnam-Krieg, der Todesstrafe und der Springer Presse die Absicht erkannt worden war, eine "vierte Dimension" zu messen, die möglicherweise die Hauptrolle spielte. Diese "vierte Dimension" war jedoch vom überwiegenden Teil der Probanden nicht als das angesehen worden, was sie sein sollte. Es wurde die Vermutung geäußert, daß mit dem Fragebogen autoritäre Einstellungsstrukturen und ähnliches erfragt werden sollten. In der Hauptuntersuchung wurde dann auf die Verwendung von zusätzlichen Items, die in keinem Zusammenhang mit der zu messenden Variable standen, verzichtet.

4314 Die Durchführung der Voruntersuchung zur Feststellung der Diskriminationsfähigkeit der verwendeten Items

Die Voruntersuchung, die lediglich dem Zweck diente, die Diskriminationsfähigkeit der Items zu prüfen, wurde am 30. Januar 1968 durchgeführt. Die Versuchspersonen waren 30 Studenten und sechs Studentinnen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Erlangen-Nürnberg; alle waren Teilnehmer eines vom Seminar für Soziologie veranstalteten Praktikums über Forschungstechniken.

Vom Versuchsleiter wurde eingangs darauf hingewiesen, daß die Durchführung einer empirischen Untersuchung im Rahmen des Praktikums über Forschungstechniken als Ergänzung des Lehrstoffs angesehen werden könnte. Die Teilnahme an der Untersuchung sollte jedoch freiwillig sein, und es wurde den Studenten und Studentinnen, die sich nicht beteiligen wollten, die Gelegenheit gegeben, den Raum zu verlassen; von dieser Möglichkeit machte jedoch niemand Gebrauch. Der Fragebogen zur Messung der Selbsteinschätzung bestand aus 52 Items, von denen 24 positiv und 28 negativ formuliert waren. Das Antwortsystem bestand aus sieben Kategorien. In den Fragebogen waren zusätzlich 24 Items aufgenommen worden, die mit der hier zu messenden Einstellung nicht in Zusammenhang standen; sie sollten, wie bereits ausgeführt, als "Füll-Items" dienen. Damit enthielt der Fragebogen insgesamt 76 Items; seine Beantwortung beanspruchte 30 bis 45 Minuten.

Ziel der Voruntersuchung war - wie gesagt - die Feststellung der Diskriminationsfähigkeit der verwendeten Items, deren Auswahl und Formulierung im vorhergehenden Abschnitt ausführlich erläutert wurde. Mit Hilfe einer der Techniken der Itemanalyse sollten aus der Probeskala diejenigen Items bestimmt werden, die aufgrund der Häufigkeitsverteilung der von den Probanden erzielten Gesamtpunktwerte am meisten zwischen Versuchspersonen mit hohen und solchen mit niedrigen Gesamtpunktwerten diskriminieren. Bei dem Verfahren wurden also solche Items ausgesondert, auf die Versuchspersonen mit hohen und niedrigen Gesamtpunktwerten auf der Probeskala gleich bzw. ähnlich reagierten. Denn aus einer gleichen Reaktion von Versuchspersonen mit hohen und niedrigen Gesamtpunktwerten kann geschlossen werden, daß diese Items sich offensichtlich nicht auf die zu messende Einstellung beziehen, sie sind also nicht valide. Es muß jedoch in diesem Zusammenhang darauf hingewiesen werden, daß auch nach erfolgter Itemanalyse die für die Validität gesammelte Evidenz nicht als vollständig angesehen werden kann. Es können durchaus Items in die für die Hauptuntersuchung bestimmte Skala gelangen, die nicht das messen, was sie messen sollen, also in diesem Fall die Selbsteinschätzung. Wenn ein solches Item, das die zu messende Einstellung nicht erfaßt, nach Durchführung der Itemanalyse noch in der endgültigen Skala verbleibt, so nur deshalb, weil es sich entweder auf die Ursache oder die Wirkung von Selbsteinschätzung bezieht. In solchen Fällen besteht also lediglich eine hohe Korrelation zwischen dem betreffenden Item und der Selbsteinschätzung als der zu messenden Variable.¹⁾

1) Vgl.: PHILLIPS, B. S.: Social Research, New York und London 1966, S. 185.

Im folgenden soll das hier gewählte Verfahren der Itemanalyse kurz beschrieben werden.¹⁾ In einem ersten Schritt wurden die 36 Versuchspersonen der Voruntersuchung aufgrund der von ihnen erreichten Gesamtpunktwerte geordnet. Daraufhin wurden die 25 % der Probanden mit den höchsten sowie die 25 % der Probanden mit den niedrigsten Gesamtpunktwerten auf der Probekala festgestellt. Damit entstanden zwei Gruppen, die sich aus je neun Versuchspersonen mit den jeweils höchsten bzw. niedrigsten Gesamtpunktwerten zusammensetzten. Sodann wurde für jedes der insgesamt 52 Items zunächst der durchschnittliche Punktwert in der hohen Gruppe errechnet. Das heißt, für jedes einzelne Item wurde der Punktwert aufgeführt, den die einzelnen Versuchspersonen der höchsten Gruppe jeweils erreicht hatten, um dann aus diesen neun Werten das arithmetische Mittel zu bestimmen. So entstanden 52 Mittelwerte, die den auf dieselbe Art und Weise errechneten 52 Mittelwerten der niedrigen Gruppe gegenübergestellt wurden. Die "discriminating power" jedes einzelnen Items wird bei diesem Verfahren dann definiert als die Differenz zwischen den durchschnittlichen Punktwerten der hohen und der niedrigen Gruppe. Dabei ist die Diskriminationsfähigkeit eines Items um so größer, je größer die Differenz zwischen diesen Punktwerten ist. Die folgende Gleichung zeigt die Berechnungsweise der Diskriminationsfähigkeit:²⁾

-
- 1) Diese Vorgehensweise stellt nur eine der zahlreichen Möglichkeiten bei der Itemanalyse dar. Vgl. hierzu z.B. SOLOMON, H. (Hrsg.): Studies in Item Analysis and Prediction, Stanford 1961.
 - 2) Vgl.: STOSBERG, M.: Möglichkeiten der Messung von Einstellungen als theoretisch relevanter Variablen für die Erforschung der Entstehung und Wirkung von Aussagen der Massenmedien, a.a.O., S. 159.

$$DF = \bar{X}_H - \bar{X}_N$$

Dabei ist:

DF = Diskriminationsfähigkeit

$\bar{X}_H$ = durchschnittlicher Punktwert eines Items
in der hohen Gruppe

$\bar{X}_N$ = durchschnittlicher Punktwert eines Items
in der niedrigen Gruppe

Weil das zu jedem Item gehörende Antwortschema in der Voruntersuchung sieben Antwortkategorien umfaßte, betrug die maximale Diskriminationsfähigkeit eines jeden Items sechs Punktwerte. Das heißt, im extremsten Falle reagiert ein Proband mit hoher Selbsteinschätzung auf ein positiv (negativ) formuliertes Item mit der Antwort "trifft für mich genau zu" ("trifft für mich überhaupt nicht zu"), während ein Proband mit geringer Selbsteinschätzung auf dasselbe Item "trifft für mich überhaupt nicht zu" ("trifft für mich genau zu") antwortet. Die bei den Berechnungen tatsächlich erzielten Differenzen der Mittelwerte $\bar{X}_H - \bar{X}_N$ reichten von -0,78 bis zu dem Wert + 3,45, wobei als niedrigstes in die endgültige Skala der diskriminierendsten Items dasjenige Item aufgenommen wurde, das einen Differenzwert von + 1,67 erreicht hatte. Auf diese Weise wurden von den 52 Items der Probeskala 21 ausgeschieden, so daß die 31 Items übrigbleiben, die in den oben beschriebenen Grenzen am meisten zwischen den Versuchspersonen mit einer hohen und einer geringen Selbsteinschätzung diskriminierten.

Aus diesen 31 Items wurde das Instrument für die Hauptuntersuchung, welche mit Schülern durchgeführt werden sollte, konstruiert. Dabei konnten die Items zu einem größeren Teil wörtlich übernommen werden, einige wurden durch geringfügige Umformulierungen spezieller auf die Situation des Schülers zugeschnitten.

4315 Die Reliabilität des Instruments

Mit der Reliabilität (Zuverlässigkeit oder Verlässlichkeit) wird die formale Genauigkeit eines Forschungsinstruments erfaßt. Sie zeigt sich in der Übereinstimmung von Meßergebnissen, die bei der Anwendung desselben Instruments auf denselben Gegenstand erzielt werden.¹⁾ Ausführlicher und präziser formuliert GHISELLI, wenn er schreibt: "Let us therefore define reliability of measurement simply as the extent of unsystematic variation in the quantitative descriptions of the amount of some trait an individual possesses or manifests when that trait is measured a number of times."²⁾ In dieser Definition kommt zum Ausdruck, daß es sich bei der Feststellung der Reliabilität um die Erfassung unsystematischer, also zufälliger Fehler bei der Messung einer Variablen handelt.

In der vorliegenden Untersuchung wurde die Reliabilität des entwickelten Instruments zur Messung der Selbsteinschätzung der Rezipienten durch Anwendung des Wiederholungsverfahrens ("test-retest-method") bestimmt. Im ersten Untersuchungsabschnitt war bei 121 Probanden die Selbsteinschätzung gemessen worden. Im Verlauf des zweiten Untersuchungsabschnitts sollten mit einem zeitlichen Abstand von sechs Tagen, die dazwischen lagen, dieselben Versuchspersonen wiederum zu den sich auf die Selbsteinschätzung beziehenden Items Stellung nehmen, diesmal jedoch nur zu den Items, die aufgrund der Ergebnisse der ersten Befragung

1) Vgl.: KÖNIG, R. (Hrsg.): Das Interview, Praktische Sozialforschung I, Köln und Berlin 1965, S. 371.

2) GHISELLI, E. E.: Theory of Psychological Measurement, New York, San Francisco, Toronto und London 1964, S. 215.

als die am stärksten diskriminierenden festgestellt worden waren. Nach Abschluß des zweiten Untersuchungsabschnitts konnten dann die Fragebogen von insgesamt 112 Probanden zur Bestimmung der Reliabilität herangezogen werden.

Zu diesem Zweck wurde zunächst der Gesamtpunktwert errechnet, den jede Versuchsperson bei der zweiten Messung der Selbsteinschätzung erreicht hatte. Diese Reihe der Gesamtpunktwerte wurde der aufgrund der ersten Messung von Selbsteinschätzung entstandenen Reihe von Gesamtpunktwerten gegenübergestellt, so daß sich für jeden Probanden zwei vergleichbare Werte ergaben. Die zwischen den beiden Reihen bestehende Korrelation wurde mit Hilfe des FECHNERSchen Rangkoeffizienten berechnet. Hierbei handelt es sich um ein Maß, das dem Ordinalskalenniveau der zur Messung der Selbsteinschätzung verwendeten Likert-Skala angemessen ist.

Der FECHNERSche Rangkoeffizient wird auf folgende Weise errechnet:

$$r = \frac{\text{Zahl der Übereinstimmenden Vorzeichen} - \text{Zahl der nicht Übereinstimmenden Vorzeichen}}{\text{Anzahl der Reihenpaare (n)}}$$

Bei dieser Vorgehensweise wird die Zahl der Übereinstimmenden Vorzeichen der Reihenpaare, die durch einen Vergleich mit dem arithmetischen Mittel der beiden Merkmalsreihen ermittelt werden, um die Zahl der nicht Übereinstimmenden Vorzeichen gekürzt und anschließend durch die Zahl der Fälle dividiert. Je näher der errechnete Wert bei 1 liegt, um so besser ist die Korrelation.

Bei der hier durchgeführten Untersuchung wurde demgemäß in folgender Weise verfahren: Für jede der beiden Reihen von Gesamtpunktwerten, sie sollen hier mit X und Y benannt werden, wurde das arithmetische Mittel errechnet. Für die erste Reihe ergab sich dabei ein Mittelwert von $\bar{X} = 114$, für die zweite ein Mittelwert von $\bar{Y} = 117$. Anschließend wurde von jedem Wert der ersten Reihe der Mittelwert der ersten Reihe und von jedem Wert der zweiten Reihe der Mittelwert der zweiten Reihe subtrahiert. In den verwendeten Symbolen ausgedrückt, wurden die folgenden Differenzen gebildet: $X - \bar{X}$ und $Y - \bar{Y}$. Es ergaben sich somit für jeden der 112 Probanden zwei Werte, die entweder ein positives oder ein negatives Vorzeichen aufwiesen oder 0 sein konnten. Es ist dann folgende Kombination der Vorzeichen in beiden Reihen denkbar: ++, --, 00, +-, 0+ und 0-. Der Rangkoeffizient r_s ergab sich dann durch Division der Differenz zwischen der Anzahl der übereinstimmenden und der Anzahl der nicht übereinstimmenden Vorzeichen durch die Zahl der Reihenpaare (112). Das Auftreten der Kombinationen 0+ oder 0- wurde als halbe Übereinstimmung und als halbe Nichtübereinstimmung gerechnet, um dann jeden Wert um 0,5 zu erhöhen. Die Zahl der übereinstimmenden Vorzeichen betrug in der vorliegenden Untersuchung 99, die Zahl der nicht übereinstimmenden Vorzeichen 13, so daß sich der folgende Rangkoeffizient ergab:

$$r_s = \frac{99 - 13}{112} = 0,7678 = 0,77$$

Bei dem hier entwickelten und verwendeten Instrument zur Messung der Selbsteinschätzung konnte somit eine Reliabilität von 0,77 festgestellt werden - ein Ergebnis, das in Anbetracht einer ersten Prüfung des Instruments zufriedenstellend ist.

Bei dem Vergleich der beiden Reihen von Gesamtpunktwerten zeigte sich, daß bei der wiederholten Messung die Tendenz bestand, eine höhere Selbsteinschätzung vorzunehmen als bei der ersten Messung. Es läßt sich daher vermuten, daß die erste Messung die Ergebnisse der zweiten beeinflusste. Im Hinblick auf eine spätere Verwendung dieses Instruments in der empirischen Sozialforschung erscheint daher eine weitere Überarbeitung angebracht.

4316 Die Validität des Instruments

Die Brauchbarkeit eines Meßinstruments hängt neben seiner Reliabilität von seiner Validität ab. Bei dieser Eigenschaft geht es um die Frage nach dem Ausmaß, zu dem ein Meßinstrument das mißt, was es zu messen vorgibt. Die zu messende Variable stellt in der Regel ein theoretisches Konstrukt dar - wie z.B. die Selbsteinschätzung. Das bedeutet, daß eine solche Variable einer direkten Messung nicht zugänglich ist und eine Operationalisierung erforderlich ist. Daher ist es präziser, Validität zu definieren als das Ausmaß, mit dem theoretische Konstrukte in ihrer konstitutiven und in ihrer operationalen Bedeutung übereinstimmen.¹⁾

Will man die Validität eines Instruments prüfen, so lassen sich drei Vorgehensweisen voneinander unterscheiden:

1. "Predictive Validity", 2. "Construct Validity" und 3. "Content Validity".²⁾ Ziel der erstgenannten Validie-

1) Vgl. hierzu die Ausführungen bei STOSBERG, M.: Möglichkeiten der Messung von Einstellungen als theoretisch relevanter Variablen für die Erforschung der Entstehung und Wirkung von Aussagen der Massenmedien, S. 68 ff. et passim.

2) Eine ausführliche Behandlung der Problematik der Validierung findet sich u.a. bei GHISELLI. Vgl.: GHISELLI, E. E.: Theory of Psychological Measurement, a.a.O., S. 335 ff. - Die Übersetzungen dieser Termini sind zum Teil uneinheitlich und mißverständlich, so daß hier die englischen Ausdrücke beibehalten werden.

rungsform ist die Beantwortung der Frage, bis zu welchem Grade man bei Kenntnis einer in einem bestimmten Ausmaß vorhandenen Eigenschaft eines Objekts auf eine andere Eigenschaft desselben Objekts schließen kann. Inwieweit ist z.B. nach Messung der politischen Einstellung eines Individuums eine Prognose über sein Wahlverhalten möglich?

Ist eine solche Schlußfolgerung zulässig, und das kann nur durch empirische Prüfung des fraglichen Zusammenhangs ermittelt werden, dann wird die Messung des Wahlverhaltens überflüssig, d.h. das Meßinstrument zur Bestimmung des Wahlverhaltens kann durch das Meßinstrument zur Bestimmung der politischen Einstellung ersetzt werden.

Die Bestimmung der "construct validity" setzt das Vorhandensein einer Theorie voraus, die Aussagen über die Art der Beziehungen zwischen den einzelnen Ausprägungen verschiedener Variablen erlaubt. Soll die "construct validity" einer Einstellungsskala gezeigt werden, so müssen sich solche theoretischen Annahmen als richtig erweisen. Das bedeutet, es muß empirisch nachgewiesen werden, daß zwischen einer bestimmten Ausprägung der zu messenden Einstellung eines Individuums und den Ausprägungen anderer Einstellungen des Individuums von der Theorie voraussagbare Beziehungen bestehen. Sind diese nicht vorhanden, so muß das theoretische Konstrukt, zu dessen Messung die Einstellungsskala konstruiert wurde, neu definiert werden, woraus sich wiederum andere Vermutungen über die Art der Beziehungen zu anderen Variablen ergeben.

In der vorliegenden Arbeit mußte auf die Bestimmung der "predictive" und der "construct validity" des verwendeten Instruments zur Messung des Faktors Selbsteinschätzung ver-

zichtet werden, weil, wie sich zeigte, beide Formen der Validierung Kenntnisse über bestehende empirische Beziehungen zwischen der gemessenen Variablen und anderen Variablen voraussetzen. Die Entscheidung für eine dieser Vorgehensweisen hätte also eine zusätzliche empirische Untersuchung erforderlich gemacht, die über den Rahmen der dieser Arbeit zugrunde liegenden Fragestellung hinausgegangen wäre.

Aus diesem Grunde wurde lediglich die "content validity" des Instruments zur Messung der Selbsteinschätzung angestrebt. Zwei Fragen stehen bei dieser Art der Validierung im Vordergrund: 1. In welchem Ausmaß bezieht sich jedes Item einer Skala auf die zu messende Eigenschaft? 2. In welchem Ausmaß beinhaltet das gesamte Instrument alle Aspekte der zu messenden Eigenschaft? Die Beantwortung dieser Fragen hängt von den Kenntnissen und der Einschätzung desjenigen ab, der ein Urteil über die Validität des verwendeten Instruments fällt. Ziel bei der Entwicklung der in dieser Arbeit verwendeten Einstellungsskala zur Messung der Selbsteinschätzung war demgemäß die Formulierung von Items, welche sich intersubjektiv erkennbar auf die zu messende Einstellung beziehen und die darüber hinaus in ihrer Gesamtheit alle Bestandteile der Selbsteinschätzung berücksichtigen. Die Grundlage dieser Vorgehensweise bildete dabei die zuvor gegebene Definition der zu messenden Einstellung "Selbsteinschätzung".¹⁾

1) Vgl. S. 56 ff. der vorliegenden Arbeit; vgl. auch die Ausführungen im Abschnitt 4313 über die Formulierung der Items.

432 Die Messung der Einstellung zum Gegenstand der Aussage

Bei dem innerhalb der vorliegenden Arbeit durchgeführten Experiment wurden die Versuchspersonen mit einer Aussage konfrontiert, die eine graphologische Fragestellung zum Gegenstand hatte.¹⁾ Dazu wurden den Versuchspersonen im ersten Teil des Experiments neun unterschiedliche Schriftproben von jeweils etwa drei Zeilen mit verschiedenen, belanglosen Texten gezeigt. Gegenstand der erst im zweiten Teil des Experiments erfolgten Aussage, des experimentellen Stimulus also, waren dann u.a. Ausführungen über die Möglichkeit, aus der Schrift einer Person auf deren Intelligenzgrad zu schließen. Um einen Einstellungswandel bei den Probanden als Wirkung der Kommunikation feststellen zu können, hatten diese im ersten Teil des Experiments zunächst die Aufgabe, die ihnen vorgelegten Schriftproben nach der vermutlichen Intelligenz des jeweiligen Schreibers zu ordnen. Damit sollte ihre präkommunikative Einstellung gemessen werden.

Zu diesem Zweck wurden die verschiedenen Schriftproben mit den Buchstaben A bis J gekennzeichnet. Die Versuchspersonen wurden dann schriftlich aufgefordert, diese Schriftproben nach dem genannten Kriterium in ein dafür vorgesehenes Schema einzuordnen. Dieses Schema bestand aus zwei Zeilen mit jeweils neun Kästchen: Die Kästchen der unteren Zeile waren mit den Zahlen 1 - 9 gekennzeichnet, wodurch die verschiedenen Intelligenzgrade zum Aus-

1) Vgl. hierzu die näheren Erläuterungen in den Abschnitten 44 und 45 dieser Arbeit.

druck kommen sollten; in die obere Zeile sollte die Versuchsperson je nach ihrer persönlichen Meinung die Buchstaben eintragen, welche die Schriftproben repräsentierten. Dabei sollte die Schrift, deren Schreiber nach Ansicht des betreffenden Probanden den niedrigsten Intelligenzgrad aufwies, auf Platz 1 im Schema eingesetzt werden, die Schriftprobe des Schreibers mit dem nächsthöheren Intelligenzgrad auf Platz 2 usw.¹⁾

Auf diese Weise konnte festgestellt werden, wie jede Versuchsperson - vorausgesetzt, daß sie das Schema vollständig ausfüllte - jede einzelne Schriftprobe hinsichtlich des Kriteriums Intelligenz bewertete. Dabei war es für die im zweiten Teil der Untersuchung zu manipulierende Kommunikationsdiskrepanz bei diesem ersten Untersuchungsschritt zunächst lediglich wichtig zu erfahren, welche Schriftprobe von jedem Probanden auf einen bestimmten Platz - hier den neunten - gesetzt wurde. Auf die Zweckmäßigkeit dieser Vorgehensweise bei der Prüfung der hier aufgestellten Hypothesen soll im folgenden noch näher eingegangen werden.

433 Die Messung des Einstellungswandels

Die Messung des Einstellungswandels als Differenz zwischen der prä- und der postkommunikativen Einstellung der Probanden erfolgte gemäß den zu überprüfenden Hypothesen der vorliegenden Arbeit bei sechs Gruppen von Versuchspersonen, für die jeweils verschiedene Variablenkombinationen zutrafen. Es handelte sich um folgende Gruppierungen:²⁾

-
- 1) Vgl. hierzu den in den Anhang aufgenommenen Fragebogen des ersten Untersuchungsabschnitts.
 - 2) Die Bildung der beiden Gruppen "hohe Selbsteinschätzung" und "geringe Selbsteinschätzung" wird in Abschnitt 46 über die Durchführung des Experiments erläutert.

1. Versuchspersonen mit h o h e r Selbsteinschätzung und Konfrontation mit einer Aussage, deren Diskrepanz zur eigenen Einstellung g e r i n g ist (hohe SE / geringe Kdp).¹⁾
2. Versuchspersonen mit h o h e r Selbsteinschätzung und Konfrontation mit einer Aussage, deren Diskrepanz zur eigenen Einstellung g e m ä ß i g t ist (hohe SE / mittlere Kdp).
3. Versuchspersonen mit h o h e r Selbsteinschätzung und Konfrontation mit einer Aussage, deren Diskrepanz zur eigenen Einstellung g r o ß ist (hohe SE / große Kdp).
4. Versuchspersonen mit g e r i n g e r Selbsteinschätzung und Konfrontation mit einer Aussage, deren Diskrepanz zur eigenen Einstellung g e r i n g ist (geringe SE / geringe Kdp).
5. Versuchspersonen mit g e r i n g e r Selbsteinschätzung und Konfrontation mit einer Aussage, deren Diskrepanz zur eigenen Einstellung g e m ä ß i g t ist (geringe SE / mittlere Kdp).
6. Versuchspersonen mit g e r i n g e r Selbsteinschätzung und Konfrontation mit einer Aussage, deren Diskrepanz zur eigenen Einstellung g r o ß ist (geringe SE / große Kdp).

Zur Manipulation der Diskrepanz wurde jeweils von der Schriftprobe ausgegangen, die ein Proband auf Platz neun (höchste Intelligenzstufe) eingeordnet hatte.²⁾ Im kommu-

1) SE = Selbsteinschätzung
Kdp = Kommunikationsdiskrepanz

2) Vgl. hierzu Abschnitt 45, in dem die Einzelheiten bei der Durchführung der Untersuchung geschildert werden.

nikativen Stimulus wurde nun behauptet, daß diese Schrift - ganz gleich, um welche es sich im konkreten Fall handelte - eigentlich um drei (geringe Kdp) bzw. fünf (mittlere Kdp) bzw. sieben (große Kdp) Einheiten niedriger einzustufen sei. Die in der Aussage enthaltene Einstellung wich also für alle Versuchspersonen entweder um drei, fünf oder sieben Diskrepanzstufen von der jeweiligen präkommunikativen Einstellung des Probanden ab.

Zur Ermittlung des Einstellungswandels einer Gruppe wurde im zweiten Teil des Experiments nach dem Empfang des Stimulus die postkommunikative Einstellung jedes Probanden gemessen. Das heißt, es wurde festgestellt, auf welchen Platz die einzelnen Versuchspersonen diejenige Schriftprobe, die sie zunächst auf Platz neun eingeordnet hatten, nunmehr setzten. Der Einstellungswandel wurde dann definiert als die Zahl der Stufen oder Rangplätze, um die der Proband die Einstufung der Schriftprobe verändert hatte. Diese Zahl wurde für jeden Probanden verglichen mit der im Sinne der Kommunikation propagierten Einstellungsänderung. Die Summe der tatsächlichen Einstellungsänderungen wurde dann in Beziehung gesetzt zu der Summe der in der Aussage propagierten Einstellungsänderungen. Das Ausmaß des Einstellungswandels für die Probanden einer Gruppe wurde dann errechnet als der prozentuale Anteil der Summe der tatsächlich vollzogenen Einstellungsänderungen jedes einzelnen Probanden in einer bestimmten Gruppe an der Summe der im Sinne der Aussage propagierten Einstellungsänderungen eines jeden dieser Probanden derselben Gruppe. Die so ermittelten Prozentzahlen kennzeichneten den Einstellungswandel in jeder der sechs Gruppen, die dann miteinander verglichen werden konnten.

44 Die Wahl des Gegenstandes der Aussage

Für die Wahl des Aussagengegenstandes waren verschiedene Gesichtspunkte maßgebend. Im Vordergrund stand dabei die sich aus den Hypothesen der Arbeit ergebende Notwendigkeit einer Diskrepanzmanipulation. Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung und Versuchspersonen mit geringer Selbsteinschätzung sollten mit einer Aussage konfrontiert werden, die sich lediglich durch das Ausmaß der Kommunikationsdiskrepanz unterschied. Um den Einfluß von drei verschiedenen Diskrepanzen auf den Grad des Einstellungswandels beider Gruppen von Versuchspersonen erfassen zu können, war es erforderlich, die verschiedenen Diskrepanzstufen zu manipulieren. Damit vergleichbare Ergebnisse erzielt werden konnten, mußten diese Stufen für jeden einer Gruppe zugehörenden Probanden gleich groß sein, d.h. das Ausmaß der in der Aussage propagierten Einstellungsänderung muß in jeder der sechs Versuchsgruppen jeweils für alle Personen gleich sein. Dabei genügt es jedoch nicht, daß das aus der Perspektive des Versuchsleiters der Fall ist, sondern entscheidend ist, daß die Versuchspersonen geringe, mittlere oder große Diskrepanzen auch als solche wahrnehmen.

Die Manipulation der auf ihren Einfluß zu untersuchenden Variable muß die für alle Probanden einer Gruppe in gleicher Weise ablaufende Wahrnehmung der vorgegebenen Abweichungen von der präkommunikativen Einstellung gewährleisten.¹⁾ Dieses Ziel aber wird am ehesten erreicht,

1) Vgl. Kapitel 35 dieser Arbeit, wo bereits auf die Behandlung dieser Frage in der Literatur und ihre Nichtberücksichtigung in zahlreichen empirischen Untersuchungen eingegangen wurde.

wenn die Diskrepanzen nicht nur verbal, sondern auch numerisch ausgedrückt werden. Eine geringe, gemäßigte und große Diskrepanz der in der Aussage propagierten Einstellung von der ursprünglichen Einstellung des Rezipienten werden sehr viel zuverlässiger unmißverständlich als solche wahrgenommen, wenn diese unterschiedlichen Abstände durch unterschiedliche Zahlen gekennzeichnet sind. Es empfahl sich daher, einen Aussagengegenstand zu wählen, bei dem die Erfüllung dieser Anforderungen möglichst leicht realisiert werden konnte.

Die Einordnung von Schriftproben in ein Bewertungsschema nach einem bestimmten Kriterium erschien dabei als besonders geeignet, weil in der verwendeten Aussage die Diskrepanzen sehr leicht überzeugend manipuliert werden konnten, indem eine bestimmte Schriftprobe einfach auf einen besseren Platz im Schema gesetzt wurde. Ähnlich günstig wäre es z.B. gewesen, Bilder im Hinblick auf ihre künstlerische Qualität einordnen zu lassen. Die Wahl des Kriteriums "Intelligenz des Schreibers" für die Bewertung der Schriftproben hatte ihren Grund in der Eindeutigkeit des Begriffs Intelligenz, von dem zumindest eher als von anderen in Frage kommenden Gesichtspunkten wie z.B. der "Gefühlsbetontheit" oder "Willensstärke" eines Schreibers angenommen werden kann, daß alle Versuchspersonen das gleiche darunter verstehen.

Die Wahl des Gegenstands der Aussage erfolgte jedoch noch unter einem weiteren Aspekt. Um den Einfluß einer bei den Versuchspersonen eventuell vorhandenen Ich-Beteiligung ("ego-involvement") in bezug auf die Einstellung zum Gegenstand der Aussage weitgehend auszuschalten, sollte ein Gegenstand gewählt werden, von dem zu

vermuten war, daß die Probanden vor dem Beginn des Versuchs eine diesbezüglich nur wenig klar ausgebildete eigene Meinung besaßen. Die Chance, daß sich Schüler bereits intensiv mit Fragen der Graphologie beschäftigt haben, erschien gering und der Gegenstand daher unter diesem Gesichtspunkt geeignet.

45 Der verwendete Stimulus

Der in der vorliegenden Arbeit verwendete Stimulus - eine Aussage, in der verschiedene Einstellungen zu einem bestimmten Einstellungsobjekt propagiert wurden - bestand in einem kleinen Aufsatz über graphologische Untersuchungen. Die Ausführungen hatten den Charakter einer Unterweisung im Fach Graphologie. Ausgehend von Bemerkungen über die Aufgaben des Graphologen und die im Vergleich zu früheren Zeiten veränderte Vorgehensweise bei der Analyse von Schriften wurde dabei auf die verschiedenen Merkmale hingewiesen, nach denen Schriften beurteilt werden können. Anschließend wurden die Probanden mit einigen absichtlich unpräzise und wenig eindeutig formulierten Kriterien für die Beurteilung des Intelligenzgrades eines Schreibers vertraut gemacht.

Nach den insgesamt sehr allgemein gehaltenen Ausführungen wurde im weiteren Verlauf des Textes darauf hingewiesen, daß die gegebenen Ausführungen nun an einem Beispiel illustriert werden sollten. So hieß es dann, daß die auf den nächsten Seiten wiederum abgebildeten Schriftproben von Schreibern mit einem tatsächlich sehr unterschiedlichen Intelligenzgrad stammten und daß in einer anderen Untersuchung, in der dieselben Schriftproben eingeordnet worden waren, sehr übereinstimmende Ergebnisse erzielt worden

seien, die z.T. stark von den hier gewonnenen Ergebnissen abweichen. Die stärkste Abweichung zeige sich, so wurde behauptet, in einem bestimmten Punkt: Hier wurde für jede Versuchsperson diejenige Schriftprobe zur Illustration herangezogen, die sie bei der ersten Messung auf den neunten Platz gesetzt hatte. Etwa einem Drittel der Versuchspersonen mit einer hohen Selbsteinschätzung wurde dann mitgeteilt, daß die von ihnen auf den neunten Platz eingeordnete Schrift X aufgrund ihrer charakteristischen Merkmale als die Schrift eines weniger intelligenten Individuums bezeichnet und von der Mehrzahl der Teilnehmer der anderen Untersuchung auf den sechsten Platz gesetzt worden sei, wodurch eine geringe Diskrepanz erzeugt werden sollte. Einem weiteren Drittel von Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung wurde gesagt, daß die von ihnen auf Platz neun im Kontinuum eingeordnete Schrift auf Platz vier (mittlere Diskrepanz) gesetzt wurde, und das letzte Drittel erhielt die Information, daß die von ihnen am höchsten bewertete Schriftprobe bei der anderen Untersuchung auf den zweiten Platz (große Diskrepanz) gerückt worden sei. Entsprechend wurde mit den Probanden mit geringer Selbsteinschätzung verfahren. Auf die Herkunft der Information wurde absichtlich nicht näher eingegangen, um möglichst zu verhindern, daß der Faktor "Glaubwürdigkeit des Kommunikators" im Prozeß des Einstellungswandels wirksam wurde. Zum Schluß wurden alle Versuchspersonen aufgefordert, ihre Entscheidung auf der Grundlage der ihnen vorgelegten Ausführungen über Graphologie und des gegebenen Beispiels zu überdenken und dann die Einstufung der Schriftproben nochmals zu versuchen.¹⁾

1) Der hier zusammengefaßt dargestellte Stimulus wird im Anhang der vorliegenden Arbeit in seinem vollen Wortlaut wiedergegeben.

Gemäß den zu prüfenden Hypothesen wurde jeder Proband dem gleichen Stimulus ausgesetzt, der sich in seinem Wortlaut jeweils nur in bezug auf die unterschiedliche Kommunikationsdiskrepanz unterschied. Der Stimulus umfaßte etwa zweieinhalb Schreibmaschinenseiten und ist speziell für diese Untersuchung formuliert worden. Die für seine Erstellung erforderlichen Hinweise über Graphologie wurden dem Buch von BRENGER¹⁾ entnommen.

46 Die Durchführung des Experiments

Nach abgeschlossener Auswertung der Voruntersuchung sowie aller mit der Durchführung des Experiments zusammenhängenden Vorarbeiten konnte mit der Hauptuntersuchung begonnen werden. Sie bestand aus zwei Abschnitten, von denen der erste Teil am 10.7.1968 und der zweite am 17.7.1968 durchgeführt wurde. Die Dauer der Untersuchung betrug jeweils etwa 45 Minuten.

Im ersten Untersuchungsabschnitt wurden mit Hilfe des dafür entwickelten Instruments die Selbsteinschätzung der Probanden und ihre Einstellung zum Gegenstand der Aussage gemessen. Die Versuchspersonen erhielten zu diesem Zweck schriftliche Unterlagen, in denen zunächst über die Ziele der Untersuchung berichtet und Verhaltensanweisungen gegeben wurden.²⁾ Von diesem ersten Teil der Untersuchung wurden 121 Schüler erfaßt, welche sich in drei Klassenräumen befanden. Bei der Sitzordnung war darauf geachtet worden, daß die Probanden möglichst vom Nachbarn unbeeinflusst und allein ihre Fragebogen bearbeiten

1) Vgl.: BRENGER, C. : Graphologie und ihre praktische Anwendung, München o. Jhg., S. 7 - 18 und S. 57 ff.

2) Vgl. hierzu den in den Anhang der Arbeit vollständig aufgenommenen Fragebogen.

konnten. Die Beaufsichtigung erfolgte durch den Versuchsleiter bzw. einen seiner Kollegen. Außerdem war während der Untersuchung in jeder der drei Klassen ein Lehrer anwesend. Um die Anonymität zu sichern, waren die Versuchspersonen eingangs auf die Möglichkeit hingewiesen worden, auf den Fragebogen statt ihres wirklichen Namens ein Pseudonym anzugeben. Hiervon machte etwa ein Drittel der Versuchspersonen Gebrauch. Eine Namensnennung in irgendeiner Form war erforderlich, weil nur so die für den zweiten Teil der Untersuchung notwendige Zuordnung von Fragebogen und Versuchspersonen möglich war.

Nach Abschluß des ersten Untersuchungsabschnitts mußten vier Versuchspersonen ausgeschieden werden, da sie entweder zu mehreren Items nicht Stellung genommen, die Schriftproben nicht eingeordnet oder beides versäumt hatten. Eine Versuchsperson hatte offensichtlich die Aufgabe nicht ernst genommen. Es blieben 117 Versuchspersonen übrig, deren Fragebogen ausgewertet werden konnten.

Zunächst wurde für jede Versuchsperson der Gesamtpunkt看wert, den sie bei der Selbsteinschätzung erreicht hatte, errechnet. Dies geschah gemäß der bereits erläuterten, bei der Likert-Skala üblichen Vorgehensweise durch Addition der für jedes Item erreichten Einzelpunktwerte. Da es sich um eine andere Personengruppe als in der Voruntersuchung handelte, wurde im Anschluß daran die Diskriminationsfähigkeit der verwendeten Items erneut geprüft. Dieser Vorgang erfolgte nach dem bereits dargestellten Verfahren. Innerhalb bestimmter Grenzen erwiesen sich von den 31 Items der Skala 19 als die am mei-

sten diskriminierenden. Auf der Grundlage dieser 19 Items wurde im folgenden erneut der erreichte Gesamtpunktwert jeder der 117 Probanden errechnet. Die addierten Einzelpunktwerte reichten dabei von 53 bis 162. Aufgrund dieser Reihe wurden zwei Gruppen mit niedriger und mit hoher Selbsteinschätzung gebildet. Auf die erste Gruppe entfielen 58, auf die zweite 59 Probanden, die Trennung erfolgte durch den Median der Verteilung. Jede dieser Gruppen mußte im folgenden im Hinblick auf den im zweiten Untersuchungsabschnitt vorzulegenden Stimulus dreifach unterteilt werden. Dies geschah, indem in der Gruppe mit niedriger Selbsteinschätzung für die erste Versuchsperson eine große Diskrepanz, für die zweite eine mittlere, für die dritte eine geringe, für die vierte dann wieder eine große Diskrepanz usw. bestimmt wurde. Die auf diese Weise entstandenen drei Untergruppen der Gruppe "Personen mit geringer Selbsteinschätzung" waren einmal mit 20 und zweimal mit 19 Personen besetzt. 20 Probanden sollten dabei mit einer Aussage konfrontiert werden, die eine große Diskrepanz zu ihrer eigenen Einstellung aufwies, während 19 Versuchspersonen einer mittleren und weitere 19 einer geringen Diskrepanz gegenübergestellt werden sollten. In der Gruppe mit hoher Selbsteinschätzung entfielen auf 19 Probanden eine große, und auf je 20 eine mittlere und eine geringe Diskrepanz. Auf diese Weise entstanden die bereits näher charakterisierten sechs Gruppen der Untersuchung. Im Anschluß daran konnten in den Fragebogen für den zweiten Untersuchungsabschnitt die entsprechenden, das Ausmaß der Kommunikationsdiskrepanz kennzeichnenden Ziffern an die dafür vorgesehene Stelle eingetragen werden.

Nachdem die Fragebogen für den zweiten Teil des Experiments auf diese Weise vorbereitet worden waren - auf jedem Fragebogen standen jetzt auch die Namen oder Pseudonyme der Probanden - konnte der zweite Untersuchungsabschnitt durchgeführt werden. Es war diesmal darauf zu achten, daß dieselben Probanden in denselben Räumen waren wie in der Woche davor, damit die Austeilung der Fragebogen reibungslos vonstatten ging und jeder Proband den für ihn bestimmten Fragebogen erhielt. Die Versuchspersonen wurden dem experimentellen Stimulus ausgesetzt und sollten danach die Schriftproben erneut beurteilen. Außerdem wurden sie aufgefordert, noch einmal zu den am stärksten diskriminierenden Items Stellung zu nehmen. Auf diese Weise sollte die Voraussetzung für die Reliabilitätsbestimmung des zur Selbsteinschätzung verwendeten Instruments geschaffen werden. Der äußere Ablauf des zweiten Untersuchungsabschnitts vollzog sich in gleicher Weise wie der erste Untersuchungsabschnitt. Nach Abschluß des letzten Teils des Experiments mußten weitere vier Probanden ausgeschieden werden, die zwar beim ersten Mal teilgenommen hatten, aber zu dem Zeitpunkt des letzten Teils des Experiments fehlten. Die Gesamtzahl der an dem Experiment beteiligten Personen betrug damit 113.

Während der gesamten Untersuchung gab es keinerlei Störungen. Die Probanden schienen interessiert zu sein, und die Durchführung des Experiments verlief reibungslos. Nach Abschluß der empirischen Untersuchung wurden die Versuchspersonen bei einem neuerlichen Zusammentreffen ausführlich über die Zielsetzung der Untersuchung bzw. die ihr zugrunde liegende Fragestellung informiert.

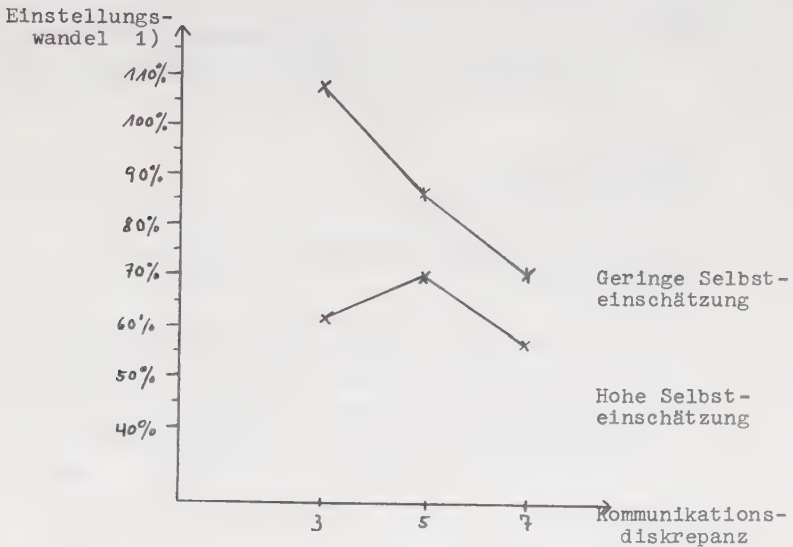
5 Die Ergebnisse der Untersuchung

Ziel der hier durchgeführten Untersuchung war es, einen Beitrag zur Beantwortung der Frage zu leisten, inwieweit die Kommunikationsdiskrepanz im Zusammenhang mit der Selbsteinschätzung der Rezipienten einen Einfluß auf die Wirkung von Aussagen der Massenmedien ausübt. Darüber hinaus stellt die Arbeit eine erste Prüfung des geschilderten Programms zur Theoriebildung in der Massenkommunikationsforschung dar und ist in diesem Sinne als "pilot study" anzusehen. In Kapitel 2 war der Zusammenhang zwischen den Determinanten und Resultanten der hier geprüften Hypothesen und diesem Programm im einzelnen aufgezeigt worden. Von den vier Determinanten des Wirkungsprozesses, der als Prozeß von Einstellungsänderungen definiert worden war, werden drei in der vorliegenden Arbeit als unabhängige Variablen verwendet: Die in der Aussage enthaltene Einstellung zu einem Einstellungsobjekt, die präkommunikative Einstellung der Rezipienten zu demselben Einstellungsobjekt und die Selbsteinschätzung, definiert als Einstellung zur eigenen Person.

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen eindeutig, daß das Ausmaß der Einstellungsänderung sowohl von der Selbsteinschätzung als auch von der Kommunikationsdiskrepanz bestimmt wird. Veränderungen der Kommunikationsdiskrepanzen führten zu Veränderungen im Ausmaß des Einstellungswandels, und eine unterschiedliche Selbsteinschätzung der Rezipienten führte ebenfalls zu unterschiedlichen Graden an Einstellungswandel. Ebenso zeigte sich gemäß der Vorhersage eine unterschiedliche Interaktion der beiden Variablen: Denn Personen mit hoher und mit geringer Selbsteinschätzung reagieren in verschiedener Weise auf die Veränderung der Kommunikationsdiskre-

panzen. Im nachfolgenden Schaubild werden die gewonnenen Ergebnisse graphisch dargestellt.

Figur 5: Die Beziehungen zwischen Selbsteinschätzung, Kommunikationsdiskrepanz und Einstellungswandel



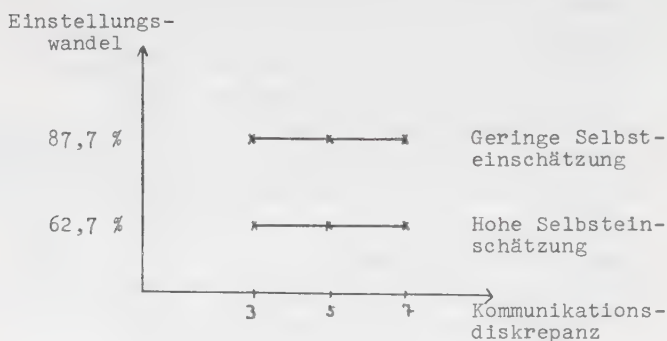
Die errechneten Werte für den Einstellungswandel:

Hohe Selbsteinschätzung: 62% (Kdp 3), 70% (Kdp 5), 56% (Kdp 7)
Geringe Selbsteinschätzung: 107% (Kdp 3), 86% (Kdp 5), 70% (Kdp 7)

- 1) Der Einstellungswandel ist in dieser und den folgenden Figuren auf der Ordinate abgetragen als Prozentsatz des für die jeweiligen Gruppen propagierten Einstellungswandels. Am Beispiel einer Gruppe soll die Errechnung des Ausmaßes an Einstellungswandel erläutert werden: In der Gruppe: geringe SE / hohe Kdp waren 19 Probanden. Die in der Aussage propagierte Einstellungsänderung unterschied sich um 5 Diskrepanzstufen (mittlere Kdp) von der präkommunikativen Einstellung dieser Probanden. Der im Sinne der Kommunikation mögliche Einstellungswandel aller Probanden betrug demnach $19 \cdot 5 = 95$ Punkte. Die 95 Punkte als 100 % gesetzt, ergab sich im Experiment eine tatsächlich festgestellte Einstellungsänderung von 86 %. Nur durch eine solche Vorgehensweise wurden die einzelnen Ergebnisse vergleichbar.

Hätte die Variable Kommunikationsdiskrepanz keinen Einfluß auf das Ausmaß des Einstellungswandels, so würden beide Kurven parallel zur Abszisse verlaufen. Aufgrund der Ergebnisse der Untersuchung ergibt sich dann der in der folgenden Figur dargestellte Kurvenverlauf:

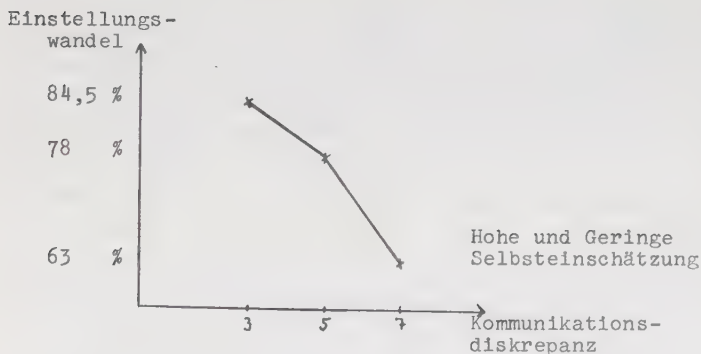
Figur 5a): Die Beziehungen zwischen Selbsteinschätzung und Einstellungswandel unter Ausschaltung der Variable Kommunikationsdiskrepanz



Die Prozentsätze (87,7 % und 62,7 %) lassen sich berechnen, indem man in der Gruppe der Probanden mit hoher und in der mit geringer Selbsteinschätzung jeweils den Durchschnitt der Werte für den Einstellungswandel bildet, die bei jeder Diskrepanzstufe in den beiden Gruppen erreicht wurden. Auf diese Weise wird die Kommunikationsdiskrepanz konstant gehalten.

Wäre die Variable Selbsteinschätzung für das Ausmaß des Einstellungswandels ohne Bedeutung, so würden beide Kurven zusammenfallen. Die Ergebnisse der Untersuchung führen dann zu folgender Kurve:

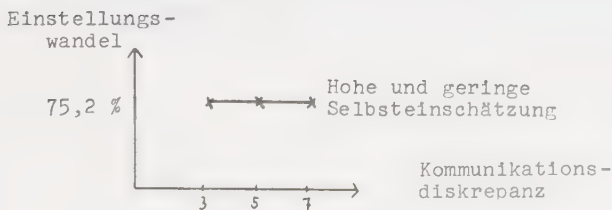
Figur 5b): Die Beziehungen zwischen Kommunikationsdis-
krepanz und Einstellungswandel unter Aus-
schaltung der Variable Selbsteinschätzung



Die Prozentsätze (84,5 %, 78 % und 63 %) lassen sich be-
rechnen, indem man für jede Diskrepanzstufe den Durch-
schnitt der Werte für den Einstellungswandel bildet, den
die Probanden mit hoher und geringer Selbsteinschätzung
dort jeweils erreicht haben. Auf diese Weise wird die Selbst-
einschätzung konstant gehalten.

Wäre sowohl die Variable Selbsteinschätzung als auch die
Variable Kommunikationsdiskrepanz für das Ausmaß des Ein-
stellungswandels ohne Bedeutung, so würde sich aufgrund
der Ergebnisse der Untersuchung folgende Kurve ergeben:

Figur 5c): Durchschnittlicher Einstellungswandel aller
Versuchspersonen unter Ausschaltung der Variab-
len Kommunikationsdiskrepanz und Selbstein-
schätzung



Der Prozentsatz 75,2 %) läßt sich berechnen, indem man von allen in den sechs Gruppen erreichten Werten für den Einstellungswandel den Durchschnitt bildet.

Hätten schließlich die Probanden mit hoher und mit geringer Selbsteinschätzung nicht auch u n t e r s c h i e d - l i c h auf Veränderungen in der Kommunikationsdiskrepanz reagiert, so würde sich zwar für jede Gruppe eine Kurve ergeben, die sowohl den Einfluß der Variable Selbsteinschätzung als auch den Einfluß der Variable Kommunikationsdiskrepanz zeigt, aber die eine Kurve wäre in allen Kurvenabschnitten nur eine P a r a l l e l v e r s c h i e b u n g der anderen. Das würde bedeuten, daß entgegen den in den hier formulierten Hypothesen ausgesprochenen Vermutungen¹⁾ die Selbsteinschätzung von Personen keinen Einfluß hat auf V a r i a t i o n e n im Ausmaß des Einstellungswandels bei variierender Kommunikationsdiskrepanz. Mit anderen Worten: Die Variable Selbsteinschätzung wäre für die Wahl der bei unterschiedlicher Diskrepanz jeweils bevorzugten Reduktionsart ohne Bedeutung.

Um festzustellen, welche Wirkungen die Aussagen der Massenmedien haben, ist es offensichtlich notwendig, die Selbsteinschätzung der Rezipienten zu kennen. Diese läßt sich, wie gezeigt werden konnte, als Einstellung kennzeichnen und dementsprechend mit Hilfe einer Einstellungsskala messen. Weiterhin wirkungsrelevant ist der Aussageinhalt; die in der Aussage vertretene Einstellung wurde auf die geschilderte einfache Weise zu ermitteln versucht. Von den herkömmlicherweise als Prädispositionen des Rezipienten bezeichneten Faktoren wurde neben der Selbstein-

1) Vgl. S. 150 ff. dieser Arbeit.

schätzung nur die vor dem Aussagenempfang bereits vorhandene Meinung der Rezipienten zum Aussagengegenstand als Einstellung herangezogen. Die Erfassung zentraler Variablen des Wirkungsprozesses mit Hilfe des Einstellungsbegriffs, wodurch eine Vereinheitlichung und unproblematische Messung dieser Variablen möglich wurde, hat sich in dieser Arbeit als eine durchaus brauchbare Vorgehensweise gezeigt. Die Überprüfung der Hypothesen im einzelnen erbrachte folgende Ergebnisse.

51 Hypothese I

Die in der ersten Hypothese ausgesprochene Vermutung konnte in dieser Untersuchung bestätigt werden. Bei den Versuchspersonen, die eine hohe Selbsteinschätzung besaßen, war das Ausmaß des Einstellungswandels am größten, als die Kommunikationsdiskrepanz gemäßigt war, also die mittlere Stufe erreicht hatte. Das Ausmaß des Einstellungswandels betrug, wie auch bereits ausgeführt, bei der geringen Kommunikationsdiskrepanzstufe 62 %, bei der mittleren 70 % und bei der großen Diskrepanzstufe 56 %. Die Kurve des Einstellungswandels steigt also von der geringen bis zur mittleren Diskrepanzstufe leicht an und erreicht bei der Stufe fünf ihr Maximum (70 %) des im Sinne der Kommunikation möglichen Einstellungswandels. Die Versuchspersonen mit einer hohen Selbsteinschätzung änderten ihre Einstellung gegenüber dem Aussagengegenstand - Intelligenzgrad von Individuen aufgrund ihrer Schriftproben - damit stärker, wenn die Kommunikationsdiskrepanz gemäßigt war, als wenn sie gering war. Wären nur diese beiden Diskrepanzstufen untersucht worden, so könnte man sagen, daß das Ausmaß des Einstellungswandels

um so größer ist, je größer die Kommunikationsdiskrepanz wird. Von jener mittleren Diskrepanzstufe an nahm das Ausmaß des Einstellungswandels jedoch ab, bis er bei der großen Kommunikationsdiskrepanzstufe seinen tiefsten gemessenen Wert (56 %) erreichte. Bei der mittleren Kommunikationsdiskrepanzstufe zeigt sich also der Wendepunkt der Einstellungsänderungskurve. Hätte man nur die Diskrepanzstufen fünf und sieben untersucht, so könnte man sagen: Das Ausmaß des Einstellungswandels ist um so geringer, je größer die Kommunikationsdiskrepanz wird.

Wie aus den ermittelten Werten für den Einstellungswandel bzw. aus Figur 5 Auf Seite 203 hervorgeht, zeigt die Kurve bei den Versuchspersonen mit einer hohen Selbsteinschätzung in ihrem zweiten Abschnitt (von der mittleren zur großen Diskrepanzstufe) einen etwas steileren Verlauf als die Kurve in ihrem ersten Abschnitt. Die Differenz zwischen 62 % und 70 % beträgt nur 8 %, die Differenz zwischen 56 % und 70 % aber 14 %. Hierin kann sich eine Tendenz zeigen, nach der das Ausmaß der Einstellungsänderung nach dem Wendepunkt in etwas stärkerem Maße sank, als es vor dem Wendepunkt anstieg. Abschließend kann aufgrund des Untersuchungsergebnisses gesagt werden, daß Personen mit hoher Selbsteinschätzung offenbar ihre Einstellung dann am wenigsten ändern, wenn die Kommunikationsdiskrepanz groß ist. Bei dieser Diskrepanzstufe war das Ausmaß des Einstellungswandels geringer (56 %) als bei der mittleren (70 %) und auch geringer als bei der niedrigen (62 %) Diskrepanzstufe.

52 Hypothese II

Die in der zweiten Hypothese enthaltene Annahme konnte in dem hier durchgeführten Experiment nicht bestätigt werden. Versuchspersonen, die eine geringe Selbsteinschätzung besaßen, zeigten kein größeres Ausmaß an Einstellungswandel, wenn die Kommunikationsdiskrepanz groß war, als wenn sie gemäßigt oder gering war. Statt dessen verhielten sie sich genau umgekehrt. Das Ausmaß des Einstellungswandels betrug bei großer Kommunikationsdiskrepanz 70 %, bei der mittleren 86 % und bei der geringen Diskrepanzstufe 107 %. Das heißt, wie auch das in Figur 5 auf Seite 203 graphisch bereits dargestellte Ergebnis zeigt, daß die Versuchspersonen mit geringer Selbsteinschätzung ihre präkommunikative Einstellung am stärksten änderten, als die Kommunikationsdiskrepanz gering war. Bei dieser Stufe war der Einstellungswandel sogar stärker als in der Aussage beabsichtigt. In der Kommunikation wurde eine Einstellung propagiert, die sich bei einem Drittel der Versuchspersonen mit geringer Selbsteinschätzung um nur drei Einheiten von ihrer Einstellung zum Gegenstand der Aussage unterschied. Dennoch änderten einige Versuchspersonen ihre Einstellung um drei oder sogar mehr Einheiten, so daß der Einstellungswandel zwar in Richtung der Aussage verlief, aber ein "Übereffekt" erzielt wurde.

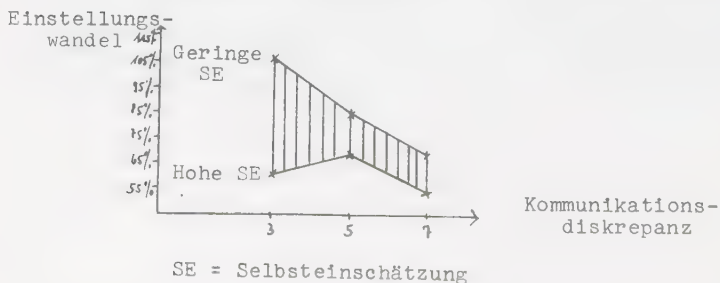
Mit zunehmender Kommunikationsdiskrepanz zeigten dann die Versuchspersonen in zunehmendem Maße weniger Einstellungswandel, so daß sich nahezu eine Gerade ergab, wenn man die einzelnen Werte verband. Jedoch zeigt der erste Kurvenabschnitt (von geringer zu mittlerer Diskrepanz) einen etwas stärkeren Steigerungsgrad als der zweite (von mittlerer zu großer Diskrepanz). Die Differenz zwischen dem

ersten und zweiten Wert beträgt 21 %, die Differenz zwischen dem zweiten und dritten nur 16 %. Hierin kann sich eine Tendenz zeigen, nach der der Rückgang des Ausmaßes an Einstellungswandel von der mittleren Diskrepanzstufe an in gemäßiger Weise fortgesetzt wurde. Wie bei den Probanden mit hoher Selbsteinschätzung, so erreichten auch die Versuchspersonen mit geringer Selbsteinschätzung den tiefsten gemessenen Punkt des Einstellungswandels bei großer Kommunikationsdiskrepanz.

53 Hypothese III

Die in der dritten Hypothese bzw. in ihren Teilen a), b) und c) gemachten Annahmen haben sich in dieser Untersuchung bestätigt. Versuchspersonen, die eine hohe (geringe) Selbsteinschätzung besaßen, zeigten bei kleiner (a), mittlerer (b) und großer (c) Kommunikationsdiskrepanz weniger (mehr) Einstellungswandel als die Versuchspersonen, die eine geringe (hohe) Selbsteinschätzung besaßen. Die Einstellungsänderungswerte für die Probanden mit geringer Selbsteinschätzung waren 107 % (a), 86 % (b) und 70 % (c). Die entsprechenden Werte bei den Probanden mit hoher Selbsteinschätzung lauteten: 62 % (a), 70 % (b) und 56 % (c). Die Differenzen betragen bei (a) 45 %, bei (b) 16 % und bei (c) 14 %.

Figur 5d): Differenzen im Einstellungswandel bei Versuchspersonen mit hoher und geringer Selbsteinschätzung auf den verschiedenen Stufen der Kommunikationsdiskrepanz



Gleichgültig also, ob der Grad der Abweichung zwischen der präkommunikativen Einstellung der Versuchspersonen und der in der Aussage vertretenen Einstellung drei, fünf oder sieben Stufen betrug, änderten die sich selbst geringer einschätzenden Versuchspersonen ihre Einstellung stärker. Dabei zeigte sich, daß der Abstand im Ausmaß an Einstellungswandel zwischen den beiden Gruppen mit unterschiedlicher Selbsteinschätzung bei der untersten Kommunikationsdiskrepanzstufe am größten war (45 %) und sich auf der mittleren Diskrepanzstufe verringerte (16 %). Von der mittleren Stufe an veränderte sich der Abstand im Ausmaß an Einstellungswandel bis hin zur großen Diskrepanzstufe nur noch wenig, so daß die beiden Kurvenabschnitte in diesem Kommunikationsdiskrepanzbereich fast parallel verliefen, was auch aus Figur 5 ersichtlich wird. Dabei erreichte die Kurve für die Probanden mit geringer Selbsteinschätzung ihren tiefsten gemessenen Punkt (70 % Einstellungswandel) an einer Stelle, an der die Kurve für die Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung ihr Maximum hatte (ebenfalls 70 % Einstellungswandel). Insgesamt betrug das Ausmaß des durchschnittlich erfolgten Einstellungswandels bei den Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung rund 63 % und bei Versuchspersonen mit geringer Selbsteinschätzung rund 88 %.¹⁾

Mit diesem Ergebnis reiht sich diese Studie in die Gruppe derjenigen Untersuchungen ein, die zwischen Selbsteinschätzung der Rezipienten und Einstellungswandel eine inverse Beziehung feststellen konnten, nach der das Ausmaß des zu beobachtenden Einstellungswandels größer ist,

1) Vgl. hierzu die Darstellung in Figur 5a), S. 204 dieser Arbeit.

wenn die Selbsteinschätzung geringer ist.¹⁾ Dieser Zusammenhang zeigte sich also wiederum, obwohl in der vorliegenden Arbeit ein ganz anderes, neu entwickeltes Instrument zur Messung der Variable Selbsteinschätzung verwendet wurde.

Darüber hinaus bestand diese Beziehung diesmal nicht nur bei einer ganz bestimmten Stufe an Kommunikationsdiskrepanz, sondern sie galt für alle drei im vorliegenden Experiment manipulierten Diskrepanzstufen, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß. Mit Absicht war, wie in Kapitel 4 bereits ausgeführt, ein Aussagengegenstand gewählt worden, von dem angenommen werden konnte, daß die Versuchspersonen hierüber geringe Kenntnisse besaßen und der ihnen auch mehr oder weniger belanglos erschien. Dadurch war allen eine Änderung ihrer Einstellung in Richtung auf die Kommunikation erleichtert worden.²⁾ In dieser Beziehung unterschied sich der hier gewählte Aussagengegenstand von den in anderen Untersuchungen benutzten Aussagengegenständen. Dennoch zeigte sich der vermutete und mit den Ergebnissen vieler anderer Untersuchungen konsistente Zusammenhang, nach dem die Tendenz besteht, daß Personen mit geringer Selbsteinschätzung offensichtlich unabhängig vom Aussagengegenstand ihre Einstellung stärker ändern als Personen mit hoher Selbsteinschätzung.

Der deutliche Abstand zwischen der Kurve für die Versuchspersonen mit hoher und für die mit geringer Selbsteinschätzung ist um so bemerkenswerter, als die Versuchsgruppe - Oberschüler - im Hinblick auf ihre Selbstein-

1) Um Mißverständnissen vorzubeugen, sei angemerkt, daß hier nicht die Hypothese untersucht wurde: Je geringer die Selbsteinschätzung, desto mehr Einstellungswandel.

2) Von daher dürfte wohl auch das im Vergleich zu anderen Untersuchungen insgesamt recht hohe Ausmaß des eingetretenen Einstellungswandels erklärlich sein.

schätzung eine möglicherweise ziemlich homogene Gruppe im Vergleich zu der Verteilung dieses Merkmals in der Gesamtbevölkerung darstellt. Wenn diese Variable in einer solchen Versuchsgruppe dennoch in der beschriebenen Weise derart stark diskriminierte, dann ist der Faktor Selbsteinschätzung für die Erklärung und Voraussage von Einstellungsänderungen als eine äußerst relevante Variable anzusehen, welche die Reaktionen von Individuen in der geschilderten Art zu steuern vermag.

54 Zur Erklärung der Ergebnisse auf der Grundlage der Dissonanztheorie

Zur Erklärung der Ergebnisse, welche die Überprüfung der Hypothesen erbrachte, seien hier noch einmal die dissonanzerzeugenden Situationen kurz aufgezählt.

- A) Dissonanzerzeugende Situationen bei Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung:
 - a) Präkommunikative Einstellung der Rezipienten zum Einstellungsobjekt
 - b) Die von der präkommunikativen Einstellung der Rezipienten abweichende, in der Aussage enthaltene Einstellung zu demselben Einstellungsobjekt (negative Information)
 - c) Hohe Selbsteinschätzung der Rezipienten
 - d) Bedürfnis nach Selbstachtung (Erhöhung des eigenen Wertes)

Kognitive Dissonanz zwischen a) und b)

Kognitive Dissonanz zwischen b) und c)

Kognitive Dissonanz zwischen b) und d)

Im Mittelpunkt steht hier zunächst die für den Massenkommunikationsprozeß typische Situation einer kognitiven Dissonanz zwischen a) und b). Unter der Voraussetzung, daß die Versuchspersonen die Dissonanz wahrnahmen, mußten sie gemäß Hypothese 1 der Theorie FESTINGERS bestrebt sein, diese Dissonanz zu reduzieren und gemäß Hypothese 2 zu vermeiden suchen, die Dissonanz noch zu vergrößern.¹⁾ Die Möglichkeiten zur Reduktion der kognitiven Dissonanz (Hypothese 5) bestanden in diesem Fall nur in der Zurückweisung der Kommunikation bzw. der in ihr geäußerten Einstellung oder im Vollzug eines Einstellungswandels. Das heißt, die Probanden konnten einmal bei ihrer Einstellung bleiben und die in der Aussage vertretene Einstellung als unrichtig abtun, indem sie etwa die Kompetenz der dort angesprochenen Studentengruppe, die Schriftproben im Hinblick auf den Intelligenzgrad des Schreibers korrekt zu beurteilen, bestritten oder zumindest in Zweifel zogen. Zum anderen konnten sie ihre Einstellung ändern. Von den übrigen auf den Seiten 146 f. unter 2) und 3) aufgeführten theoretisch vorhandenen Reduktionsarten konnten die Versuchspersonen in diesem Experiment keinen Gebrauch machen. Denn weil der Stimulus in schriftlicher Form gegeben wurde - wie es etwa bei dem Massenmedium Presse der Fall ist - hatten die Rezipienten keine Möglichkeit, die in der Aussage vertretene Einstellung bzw. die Einstellung des Kommunikators zu beeinflussen, um sie ihrer präkommunikativen Einstellung zu nähern. Weil die Versuchspersonen im Experiment eine nicht interagierende Gruppe darstellten, die ausdrücklich aufgefordert worden waren, alleine zu arbeiten, hatten sie auch

1) Vgl. hierzu die Erläuterungen der Hypothesen auf S. 37.

keine Möglichkeit, nach Eingabe des Stimulus für ihre präkommunikative Einstellung Unterstützung zu finden, indem sie etwa nach anderen Versuchspersonen gesucht hätten, die die gleiche Einstellung zum Aussagengegenstand vertraten, wie sie selbst.

Gemäß Hypothese 6 wird eine perzipierte Möglichkeit, Dissonanz zu reduzieren, um so eher realisiert, je positiver eine Person diese Möglichkeit bewertet. Die Wahl der einen Möglichkeit kann für die Person belohnender sein als die Wahl der anderen. Als die in der Aussage vertretene Einstellung relativ nahe an die präkommunikative Einstellung der Rezipienten herankam, als also die Kommunikationsdiskrepanz gering war, konnten die Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung die entstandene geringe Dissonanz leicht dadurch reduzieren, daß sie eine kleine Änderung ihrer eigenen Einstellung vornahmen. Dies erscheint um so verständlicher, als aufgrund eines möglicherweise entstandenen Assimilationseffekts¹⁾ die in der Aussage vertretene Einstellung gegenüber der eigenen noch ähnlicher wahrgenommen wurde, als es tatsächlich der Fall war und mithin die Dissonanz klein erschien und nur einen geringen Bestrafungseffekt besaß. Auch bei Vergrößerung der Kommunikationsdiskrepanz und der damit verbundenen Dissonanz setzte sich diese Tendenz fort, die Dissonanz durch Einstellungswandel zu reduzieren. Gemäß Hypothese 3 der Theorie FESTINGERS, nach der die kognitive Dissonanz um so eher reduziert wird, je größer die perzipierte Dissonanz ist, nahm das Ausmaß des Einstellungswandels auch leicht zu. Da im Text der Aussage den Probanden mitgeteilt worden war, ihre erste Einordnung

1) Vgl. hierzu die Ausführungen in Kapitel 3, Abschnitt 35 dieser Arbeit.

der Schriften habe auch den Zweck gehabt, sie mit der Technik der Einstufung vertraut zu machen und sie dann gebeten wurden, ihre erste Entscheidung hinsichtlich der Beurteilung der Schriften noch einmal zu überprüfen. wurde den Versuchspersonen eine Einstellungsänderung nahegelegt. Das heißt, sie wurde ihnen leicht gemacht. Und so ist es auch zu erklären, daß trotz der hohen Selbsteinschätzung der Probanden diese - solange die Kommunikationsdiskrepanzen nur gering und gemäßigt waren - die Dissonanzreduktion durch Einstellungswandel höher bewerteten als das sofortige in Zweifel ziehen der Urteilsfähigkeit einer Studentengruppe, deren Urteil im Text der Aussage als immerhin sehr einheitlich hingestellt worden war.

Als durch Vergrößerung der Kommunikationsdiskrepanz über den noch gemäßigten Abstand hinaus die kognitive Dissonanz wiederum größer wurde, änderten die Probanden mit hoher Selbsteinschätzung die Bewertung der Reduktionsarten. Die ausschließliche Annahme einer von der ihren inzwischen stark abweichenden Einstellung war jetzt mit ihrer hohen Selbsteinschätzung nicht länger zu vereinbaren, so daß sie in zunehmendem Maße von der anderen Alternative - Zurückweisung der Kommunikation - Gebrauch machten. Dies zeigte sich darin, daß das Ausmaß des Einstellungswandels abnahm. Bei den Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung reichte der Annahmehereich ("latitude of acceptance") also bis zur Erreichung einer mittleren Kommunikationsdiskrepanzstufe, dann begann der Ablehnungsbereich ("latitude of rejection"). Das heißt, die durch Zurückweisung der Kommunikation erlangte Belohnung wurde von hier ab höher bewertet als die durch Einstellungswandel bewirkte Belohnung. Je größer nach Über-

schreiten des Kulminationspunktes die Kommunikationsdiskrepanz (Dissonanz) wurde, um so belohnender wurde konsequenterweise die Entscheidung zugunsten einer Zurückweisung zur Erreichung kognitiver Konsonanz; denn das Ausmaß des Einstellungswandels sank immer mehr. Es ist anzunehmen, daß bei Verwendung weiterer noch größerer Kommunikationsdiskrepanzstufen das Ausmaß des Einstellungswandels immer geringer geworden wäre.

Was die kognitiven Dissonanzen zwischen der hohen Selbsteinschätzung und der negativen Information (also zwischen b und c) einerseits sowie zwischen der negativen Information und dem Bedürfnis nach Selbstachtung (also zwischen b und d) andererseits betrifft, so ist denkbar, daß die Personen mit hoher Selbsteinschätzung diese Dissonanzen bei der geringen und der mittleren Diskrepanzstufe gar nicht perzipiert haben. Denn die Mitteilung, in der den Probanden die Vermutung nahegelegt wurde, daß sie die Schriften nicht korrekt eingeordnet hätten, wird als nicht sehr negativ empfunden, wenn das in der Aussage wiedergegebene Urteil sich nur wenig von dem eigenen Urteil unterscheidet. Vor allem, was die Perzeption der kognitiven Dissonanz zwischen b) und d) angeht, so erscheint die Annahme plausibel, daß gerade Personen mit hoher Selbsteinschätzung es nicht sogleich als Bedrohung ihres eigenen Wertes betrachten - und darin besteht ja die Dissonanz -, wenn sie mit einer Information konfrontiert werden, die für sie etwas negativ ist. Denn weil sie eine hohe Selbsteinschätzung besitzen, und diese ist auch eine Folge von positiven Reaktionen ihrer Umwelt, fühlen sie sich, so kann man vermuten, weniger schnell bedroht als Personen mit geringer Selbsteinschätzung. Für den Fall, daß dennoch auch schon bei der geringen und gemäßigten Diskrepanzstufe

Dissonanzen zwischen b) und c) und (oder) b) und d) wahrgenommen worden sind, war es wahrscheinlich, daß die Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung aus eben jenen Gründen, die Reduktionsarten Änderung der positiven Einstellung zu sich selbst und (oder) Zurückweisung der Kommunikation gar nicht in Betracht zogen.

Unabhängig jedoch von diesen Überlegungen, wieweit die kognitiven Dissonanzen zwischen b) und c) und b) und d) bzw. deren Reduktionsmöglichkeiten überhaupt wahrgenommen wurden, hatte die Reduktion der kognitiven Dissonanz zwischen a) und b) durch zunehmenden Einstellungswandel in jedem Fall eine in dreifacher Hinsicht belohnende Wirkung; denn die Reduktionsart Einstellungswandel führte, wie im Abschnitt 363 zu zeigen versucht wurde, gleichzeitig zu kognitiven Konsonanzen zwischen b) und c) sowie zwischen b) und d).

Je größer die Kommunikationsdiskrepanz wurde und über eine gemäßigte Kommunikationsdiskrepanz hinauszugehen begann, um so größer wurde die Chance, daß die Personen mit hoher Selbsteinschätzung die ihnen gegebene Information auch tatsächlich als negativ empfanden und sowohl die Dissonanz zwischen b) und c) als auch die zwischen b) und d) (Bedrohung des eigenen Wertes) perzipierten bzw. damit zusammenhängend auch die anderen für sie möglichen Reduktionsarten in Betracht zogen. Für welche der vorhandenen Reduktionsarten sie sich entschieden, dürfte auch hier wiederum von dem Umstand beeinflußt worden sein, daß die Probanden eine hohe Selbsteinschätzung hatten. Personen mit hoher Selbsteinschätzung werden bei Perzeption einer Dissonanz zwischen dieser Einschätzung der

eigenen Person und einer negativen Information (b und c) die Reduktionsart des Einstellungswandels - d.h. hier Annahme der negativen Information - geringer bewerten als eine Zurückweisung der betreffenden Information und dementsprechend um so mehr von einer solchen Zurückweisung Gebrauch machen, je negativer die Information und damit je größer die Kommunikationsdiskrepanz ist. Das gleiche kann auch über die Reduktion der Dissonanz zwischen "negativer Information" und dem "Bedürfnis nach Selbstachtung" (b und d) gesagt werden. Denn bei dem Versuch, eine Erhöhung des eigenen Wertes zu erreichen bzw. die zunehmende Bedrohung des eigenen Wertes abzuwenden, wird die Zurückweisung der Kommunikation in ebenfalls zunehmendem Maße positiver bewertet und daher gewählt, als eine Dissonanzreduktion durch Einstellungswandel. Weitere Möglichkeiten zur Reduktion der Dissonanz zwischen b) und d) bestanden im gegebenen Fall nicht.

Der bei der Dissonanz zwischen b) und c) außerdem noch mögliche Weg zur Erreichung kognitiver Konsonanz durch Änderung der positiven Einstellung zu sich selbst oder zumindest der eigenen Fähigkeit, die verlangte Aufgabe richtig zu lösen, dürfte erst von einer in hohem Maße negativen Information ab (große Kommunikationsdiskrepanz) für die Versuchspersonen adäquater sein als eine Zurückweisung der Kommunikation. Ob und bei welchem Grad der Dissonanz die Reduktion jedoch durch Zurückweisung der Kommunikation oder durch Änderung der positiven Einstellung zu sich selbst erfolgt, ist hier nicht von besonderem Interesse, da es in den hier geprüften Hypothesen lediglich um den Einstellungswandel zum Aussagegegenstand als Reduktionsart ging.

B) Dissonanzerzeugende Situationen bei Versuchspersonen mit geringer Selbsteinschätzung:

- a) Präkommunikative Einstellung der Rezipienten zum Einstellungsobjekt
 - b) Die von der präkommunikativen Einstellung der Rezipienten abweichende, in der Aussage enthaltene Einstellung zu demselben Einstellungsobjekt (negative Information)
 - c) Geringe Selbsteinschätzung der Rezipienten
 - d) Bedürfnis nach Selbstachtung (Erhöhung des eigenen Wertes)
-

Kognitive Dissonanz zwischen a) und b)

Kognitive Dissonanz zwischen b) und d)

Kognitive Konsonanz zwischen b) und c)

Gemäß Hypothese 1 der Theorie FESTINGERS bestand für die Versuchspersonen die Tendenz, die bestehenden kognitiven Dissonanzen zwischen a) und b) und b) und d), vorausgesetzt, daß sie wahrgenommen wurden, zu reduzieren, dieses um so mehr, je stärker die perzipierten kognitiven Dissonanzen wurden (Hypothese 3) und die Entstehung weiterer Dissonanzen zu vermeiden (Hypothese 2). Die zur Verfügung stehenden Reduktionsarten bestanden für beide Dissonanzen entweder in einem Wandel der Einstellung zum Gegenstand der Aussage oder in einer Zurückweisung der in der Kommunikation enthaltenen von der eigenen abweichenden Einstellung.

Was zunächst die kognitive Dissonanz zwischen a) und b) angeht, so zeigte sich bei geringer Kommunikationsdiskrepanz bzw. Dissonanz ein sehr hohes Ausmaß an Einstellungswandel, was darauf schließen läßt, daß diese Form der Re-

duktion bei diesem Grad der Dissonanz ebenso wie bei den Personen mit hoher Selbsteinschätzung positiver bewertet wird als die aufgezeigte Alternative (Hypothese 6). Weil die Versuchspersonen eine geringe Selbsteinschätzung besaßen, hätte man erwarten können, daß sie auf eine Vergrößerung der Dissonanz zwischen a) und b) zunächst noch mit zunehmendem Ausmaß an Einstellungswandel reagieren würden. Denn Personen mit geringer Selbsteinschätzung bewerten ihr Urteil gering und dementsprechend sind sie eher und weitergehend geneigt, sich dem Urteil anderer anzuschließen. Die Möglichkeit, die Reduktion durch Zurückweisung einer immerhin als glaubwürdig erscheinenden Aussage vorzunehmen, perzipieren sie wahrscheinlich erst bei großer Kommunikationsdiskrepanz. Aber weil sie eine geringe Selbsteinschätzung besaßen, mußte ihnen die gegebene Information auch eher - das heißt bei einer geringeren Kommunikationsdiskrepanzstufe, als das bei den Probanden mit hoher Selbsteinschätzung der Fall war - als negative Information erscheinen. Denn nach den Ausführungen über die Entstehung von hoher Selbsteinschätzung kann angenommen werden, daß eine geringe Selbsteinschätzung von Individuen u.a. auch eine Folge negativer Reaktionen ihrer Umwelt ist. Demgemäß sind die Erwartungen von Personen mit geringer Selbsteinschätzung anders als die von Personen mit hoher Selbsteinschätzung, was z.B. darin zum Ausdruck kommen kann, daß sie sich schneller bedroht fühlen als Personen mit hoher Selbsteinschätzung.

Das bedeutet aber, daß bei den Versuchspersonen mit geringer Selbsteinschätzung die Dissonanz zwischen b) und d) wahrscheinlich sehr bald als unangenehmer, also bestrafender empfunden wurde als die kognitive Dissonanz zwischen a) und b). Gemäß Hypothese 4 ist die Stärke der kognitiven

Dissonanz abhängig von der Bedeutsamkeit der kognitiven Elemente, zwischen denen eine Dissonanz besteht. So bestand die Möglichkeit, daß mit zunehmender Kommunikationsdiskrepanz (immer negativerer Information) die Dissonanzen zwischen a) und b) und b) und d) nicht nur insgesamt größer geworden waren, sondern eine Dissonanz (b und d) im Vergleich zur anderen (a und b) auch stärker wuchs, weil sich die subjektive Bedeutsamkeit eines der kognitiven Elemente (negative Information) verändert hatte. Darüber hinaus kann angenommen werden, daß das Bedürfnis nach Selbstachtung, also der Wunsch, eine höhere Selbstbewertung zu erreichen, bei den Personen besonders stark ausgeprägt ist, die eine geringe Selbsteinschätzung besitzen, so daß auch das andere kognitive Element der Dissonanz zwischen b) und d) eine hohe subjektive Bedeutsamkeit besaß. Zur Reduktion dieser Dissonanz zwischen b) und d) dürfte jedoch die Reduktionsart Zurückweisung der negativen Information positiver bewertet werden, als die hier ebenfalls mögliche Reduktion durch Einstellungswandel.

So nahm mit zunehmender Kommunikationsdiskrepanz die Reduktionsart Einstellungswandel zur Erreichung kognitiver Konsonanz zwischen a) und b) nicht zu sondern ab, weil aufgrund der geringen Selbsteinschätzung der Versuchspersonen mit wachsender Kommunikationsdiskrepanz die Reduktion der Dissonanz zwischen b) und d) vordringlicher wurde. Diese Dissonanz aber wurde, weil das eine größere Belohnung bewirkte, zunehmend durch eine Zurückweisung der negativen Information reduziert, was bedeutete, daß das Ausmaß des Einstellungswandels sank.

Die dissonanzerzeugenden Situationen, die zur Erklärung der unterschiedlichen Reaktionen von Versuchspersonen mit hoher und mit geringer Selbsteinschätzung im Hinblick auf das gesamte Ausmaß des Einstellungswandels berücksichtigt werden müssen, sowie die möglichen Reduktionsarten sind dieselben wie die unter A und B erläuterten Situationen zur Erklärung der übrigen Ergebnisse. Die empirische Untersuchung hatte gezeigt, daß die Versuchspersonen mit geringer (hoher) Selbsteinschätzung bei jeder Diskrepanzstufe - wenn auch in abnehmendem Maße - mehr (weniger) Einstellungswandel zeigten als die Probanden mit hoher (geringer) Selbsteinschätzung.

Die Erklärung dieses Ergebnisses auf der Grundlage der Dissonanztheorie läuft auf die Frage nach den Bedingungen für die Bewertung der vorhandenen Arten zur Reduktion der kognitiven Dissonanz(en) hinaus. Zu diesen Bedingungen scheint die Selbsteinschätzung der Versuchspersonen zu gehören. Es hatte sich gezeigt, daß beide Gruppen von Versuchspersonen von beiden Reduktions- bzw. Belohnungsarten Gebrauch gemacht hatten. Warum das bei sich ändernder Kommunikationsdiskrepanz in unterschiedlichem Maße der Fall gewesen war, wurde mit Hilfe der Hypothesen I und II dieser Arbeit zu erklären versucht. Der Umstand, daß die Versuchspersonen mit geringer Selbsteinschätzung jedoch auf allen Diskrepanzstufen zur Reduktion der entstandenen Dissonanzen mehr Einstellungswandel zeigten als die Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung, kann nur mit einer bei Personen mit geringer Selbsteinschätzung bei allen Diskrepanzen auftretenden positiveren Bewertung dieser Reduktionsart begründet werden. Das heißt, das Ausmaß der mit der Wahl dieser Reduktionsart verbundenen Belohnung war für Personen mit geringer Selbsteinschätzung in jedem Falle höher als für Personen mit hoher Selbsteinschätzung.

Die Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung machten eher als die mit geringer Selbsteinschätzung von anderen Reduktionsarten - hier der Zurückweisung der Kommunikation - Gebrauch, weil sie sich selbst hoch einschätzten und daher weniger schnell dazu neigten, die in der Aussage vertretene Einstellung zu übernehmen. Außerdem ist es wahrscheinlich, daß die Personen mit hoher Selbsteinschätzung grundsätzlich früher als die Personen mit geringer Selbsteinschätzung andere Möglichkeiten als den Einstellungswandel als Reduktionsart überhaupt perzipierten. Dies wird prinzipiell um so mehr der Fall sein, je glaubwürdiger der Kommunikator bzw. die Aussage erscheint. Der Prozeß der Anpassung (Einstellungswandel in Richtung der Kommunikation) war für die Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung sehr viel schwieriger als für die Versuchspersonen mit geringer Selbsteinschätzung, die ihre eigene Urteilsfähigkeit grundsätzlich geringer bewerteten und dazu tendierten, die Einstellungen anderer höher zu bewerten als die eigene. Entstehende Dissonanzen wurden dann leichter dadurch reduziert, daß man die ohnehin für fundierter gehaltene Einstellung anderer übernahm. Auf das bei HOVLAND und seinen Mitarbeitern verwendete Konzept von Annahme- und Ablehnungsbereichen übertragen, könnte man sagen, daß der Annahmebereich bei Personen mit niedriger Selbsteinschätzung größer ist als bei den Personen mit hoher Selbsteinschätzung.

Darüber hinaus ist es denkbar, daß die Versuchspersonen mit hoher Selbsteinschätzung auch deshalb immer weniger Einstellungswandel zeigten als die mit geringer Selbsteinschätzung, weil erstere möglicherweise besser imstande sind, kognitive Dissonanzen zu ertragen, ohne sie zu reduzieren. Ob das der Fall war, müßte Gegenstand einer weiteren empirischen Untersuchung sein. Bisher konnte

verschiedentlich festgestellt werden, daß intelligente Menschen eher in der Lage sind, Dissonanzen zu ertragen als weniger intelligente. An diese Beobachtung anknüpfend, könnte man die Vermutung wagen, daß auch Personen mit hoher Selbsteinschätzung eher Dissonanzen ertragen können als solche mit geringer Selbsteinschätzung. Weitere Untersuchungen über diese Zusammenhänge würden zur Erweiterung der Kenntnisse über die Möglichkeiten der Dissonanztheorie bei der Erklärung des Einstellungswandels im Massenkommunikationsprozeß erheblich beitragen.

6 Schlußbemerkung

In der vorliegenden Arbeit wurde der Versuch unternommen, auf der Grundlage eines Programms zur Theoriebildung über die Wirkungen der Massenkommunikation Hypothesen zu formulieren, in denen das Ausmaß des Einstellungswandels als Funktion der Selbsteinschätzung der Rezipienten und der Kommunikationsdiskrepanz gesehen wurde. Das Programm hat sich in der hier durchgeführten Untersuchung vorerst bewährt, so daß es zweckmäßig erscheint, die Aufstellung und Prüfung weiterer Hypothesen über die Wirkungen der Aussagen von Massenmedien hieran auszurichten. Dabei müßte es das Ziel sein, von allgemeinen Hypothesen ausgehend zu immer spezielleren zu gelangen, in denen die wenn-dann-Beziehung, also die Ereigniswahrscheinlichkeit, immer genauer bestimmt und gleichzeitig möglichst hoch ist. Außerdem müßte das Prüfungsverfahren durch eine zunehmende Verfeinerung der anzuwendenden statistischen Techniken verbessert werden. Im Zentrum der künftigen Untersuchungen auf dem Gebiet der sozialwissenschaftlichen Massenkommunikationsforschung sollte im Zusammenhang damit vor allem die Verbesserung der Messung von Variablen stehen, weil der Einfluß bestimmter Variablen im Massenkommunikationsprozeß nur dann zufriedenstellend analysiert werden kann, wenn diese Variablen auch valide und reliabel gemessen werden können.

Als theoretischer Ansatz der hier durchgeführten empirischen Untersuchung haben sich die Dissonanztheorie und das verhaltenstheoretische Konzept MALEWSKIs als durchaus brauchbar erwiesen. Dennoch erscheint die Prüfung der im vorangegangenen Abschnitt bereits angeschnittene Frage,

ob die Perzeption einer kognitiven Dissonanz immer und sofort ein dissonanzreduzierendes Verhalten auslöst, oder ob das nur unter bestimmten Bedingungen der Fall ist, unbedingt notwendig. Darüber hinaus müßte auch hier versucht werden, ein möglichst valides und reliables Maß zur direkten Messung kognitiver Dissonanzen zu entwickeln, um die Entstehung solcher Dissonanzen exakter als bisher erfassen zu können.

A N H A N G

+ Die Fragebogen der Untersuchungsabschnitte

+ Im folgenden werden die Fragebogen I und II der beiden Untersuchungsabschnitte wiedergegeben. Damit wird ein genauer Überblick über die bei dem durchgeführten Experiment eingeschlagene Vorgehensweise möglich. Das unter den Items zur Messung der Selbsteinschätzung stehende Antwortsystem wird dabei der Einfachheit halber nur einmal aufgeführt. Auch die verwendeten Schriftproben, die den Versuchspersonen im ersten und im zweiten Untersuchungsabschnitt vorgelegt wurden, sollen hier lediglich einmal abgebildet werden.

+ Fragebogen des ersten Untersuchungsabschnittes

Vor- und Zuname:

Am Sozialwissenschaftlichen Forschungszentrum der Universität Erlangen-Nürnberg wird zur Zeit eine Untersuchung durchgeführt, bei der es um Einstellungen, Meinungen und Verhaltensweisen von Schülern geht. Dazu bitten wir um Ihre Mitarbeit.

1. Wir sichern Ihnen zu, daß Ihr Name nirgendwo in Erscheinung tritt. Insbesondere Ihre Lehrer und Ihre Mitschüler werden weder erfahren, welche Stellungnahmen aus Ihrer Klasse, noch gar, welche Antworten von Ihnen selbst kommen. Trotzdem möchten wir Sie bitten, Ihren Namen oben einzutragen, da andernfalls eine Auswertung der ver-

Bei den mit einem Kreuz versehenen Überschriften und Ausführungen handelt es sich um Erläuterungen des Verfassers, die in den Fragebogen der Untersuchung nicht enthalten waren.

schiedenen Untersuchungsabschnitte außerordentlich erschwert wird.

2. Es handelt sich bei dieser Untersuchung in keinem Falle um "Prüfungsfragen". Wir sind lediglich an Ihren Meinungen interessiert.
3. Der Erfolg dieser Untersuchung hängt in ganz entscheidendem Maße davon ab, daß Sie völlig allein arbeiten. Wir bitten Sie deshalb dringend, auf jede Art von Kommunikation mit Ihrem Nachbarn zu verzichten. Ebenso wichtig für das Gelingen der Untersuchung ist es, daß Sie immer ehrlich antworten.
4. Im folgenden ist eine Reihe von Behauptungen aufgeführt. Lesen Sie bitte die einzelnen Sätze vollständig und genau durch und nehmen Sie jeweils sofort und spontan Stellung dazu, ohne jedoch flüchtig zu werden.
5. Für Ihre Stellungnahme ist ein aus neun Kategorien bestehendes Antwortsystem vorhanden. Unter jeder Behauptung finden Sie ein Schema, dessen linker Punkt mit "trifft für mich genau zu" und dessen rechter Punkt mit "trifft für mich überhaupt nicht zu" gekennzeichnet ist. Damit haben Sie bei Ihren Antworten neun Möglichkeiten, die kontinuierlich von "trifft für mich genau zu" (1) bis zu "trifft für mich überhaupt nicht zu" (9) reichen. Kreuzen Sie bitte das Kästchen an, von dem Sie glauben, daß durch dessen Position im Schema Ihre Stellungnahme am besten wiedergegeben wird.
6. Nehmen Sie bitte zu jeder Behauptung der Reihe nach Stellung und kreuzen Sie jeweils nur ein Kästchen an. Andernfalls sind Ihre Antworten für unsere Untersuchung wertlos.

Ich traue mir zu, in der Schülermitverwaltung eine Aufgabe zu übernehmen, die organisatorische Fähigkeiten verlangt.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

trifft für mich
genau zu

trifft für mich
überhaupt nicht zu

Ich möchte so von meinen Hobbies in Anspruch genommen werden, daß ich mich gar nicht darum zu bemühen brauche, Freunde zu haben.

Ich traue mir zu, mit 40 Jahren ein Monatsgehalt von DM 3.000,-- oder mehr zu haben.

Ich bin verlegen, wenn es um die Anknüpfung neuer Bekanntschaften geht.

Es verwirrt mich, wenn andere Leute mir bei der Lösung einer kniffligen Aufgabe zusehen.

Ich traue mir zu, einmal einer höheren sozialen Schicht anzugehören als meine Eltern.

Ich glaube, daß ich begabter bin als der Durchschnitt meiner Klassenkameraden.

Ich habe keine Hemmungen, mit Angehörigen des anderen Geschlechts über sexuelle Fragen zu diskutieren.

Ich traue mir zu, nach dem Abitur zu studieren und ein gutes Examen abzulegen.

Ich bin sehr empfindlich und fasse häufig Bemerkungen als Kritik oder Beleidigung auf. Wenn ich dann später darüber nachdenke, merke ich, daß sie vielleicht gar nicht so gemeint waren.

Ich habe keine Scheu, den Direktor oder einen anderen Lehrer während einer Unterrichtsstunde zu kritisieren.

Ich gehöre zu den Menschen, die es schwer haben,
Freunde zu gewinnen.

Meine Leistungen bei Klassenarbeiten und Prüfungen
werden nicht durch Nervosität beeinträchtigt.

Ich bin ganz anders als ich eigentlich sein möchte.

Wenn ich mit mir völlig unbekannten Leuten zusammen
bin, habe ich immer Schwierigkeiten, ein passendes
Gesprächsthema zu finden.

Ich habe noch nie an meinen Fähigkeiten gezweifelt.

Man kann meine Gefühle sehr leicht verletzen.

Es macht mir nichts aus, während einer Unterrichts-
stunde vor der Klasse und dem Lehrer zuzugeben, daß
ich etwas nicht verstanden habe.

Ich ärgere mich immer sehr, wenn ich mich wegen eines
dummen Fehlers blamiert habe.

Es macht mir nichts aus, ohne Partner zu einer Party
zu gehen.

Ich mache mir immer Gedanken darüber, was die Leute,
mit denen ich oft zusammen bin, von mir halten.

Wenn ich mich für einen Beruf entschieden habe, werde
ich mich durch Mißerfolge nicht von dem angestrebten
Ziel abbringen lassen.

Ich bin bei meinen Klassenkameraden nicht beliebt.

Ich habe immer etwas Angst und fürchte mich, wenn ich
einen Raum betrete, in dem viele Menschen versammelt
sind und mich ansehen.

Es macht mir nichts aus, mich im Kreise meiner Klassenkameraden einem Intelligenztest zu unterziehen, dessen Ergebnis anschließend bekanntgegeben wird.

Wenn ich eine schwierige Hausarbeit anzufertigen habe, brauche ich mich bloß hinzusetzen und zu arbeiten, dann wird sie gut.

Ich wäre befangen, wenn ich vor jüngeren Schulkameraden über sexuelle Probleme sprechen müßte.

Es bereitet mir keine Schwierigkeiten, vor meinen Klassenkameraden ein Referat frei vorzutragen.

Auf Parties ärgere ich mich über meine Schüchternheit.

Ich fühle mich nicht unsicher, wenn ich mit Menschen zusammen bin, die zu einer höheren sozialen Schicht gehören als ich selbst.

Am liebsten würde ich irgendwo ganz anonym und zurückgezogen leben.

Zum Schluß bitten wir Sie noch um folgendes: Auf den beiden nächsten Seiten sehen Sie Schriftproben von neun Personen, gekennzeichnet mit den Buchstaben A bis J. Ordnen Sie bitte die Schriftproben nach dem von Ihnen vermuteten Intelligenzgrad des jeweiligen Schreibers und benutzen Sie dazu das auf dieser Seite abgebildete Schema: Stufen Sie die Schrift, bei deren Schreiber Sie den relativ niedrigsten Intelligenzgrad vermuten, auf Platz 1 im Schema ein. Die Schriftprobe des Schreibers, der nach Ihrer Ansicht den nächsthöheren Intelligenzgrad hat, kommt auf Platz 2 usw. Verfahren Sie auf diese Weise mit allen Schriften, bis Sie die Schrift, deren Schreiber nach Ihrer Ansicht den höchsten

Intelligenzgrad besitzt, auf den Platz 9 gesetzt haben.

Schrift									
Intelligenzgrad	1	2	3	4	5	6	7	8	9

niedrig hoch

Wir bitten Sie, dieses Schema vollständig auszufüllen, also jeder Zahl eine Schrift, d.h. den entsprechenden Buchstaben, zuzuordnen, weil andernfalls Ihre Angaben für unsere Untersuchung völlig wertlos sind.

+ Es folgten jetzt die Schriftproben, die aber hier erst im Anschluß an den zweiten Untersuchungsabschnitt abgebildet sind.

+ Fragebogen des zweiten Untersuchungsabschnittes

Bei dem heute durchzuführenden Teil der Untersuchung geht es wiederum um Ihre persönlichen Meinungen, diesmal zu Themen, die Sie schon kennen. Wir möchten Sie jedoch noch einmal auf folgendes hinweisen:

1. Es handelt sich, wie Sie ja inzwischen selbst sehen konnten, keineswegs um "Prüfungsfragen". Dennoch hängt der Erfolg der Untersuchung in erster Linie davon ab, inwieweit Sie völlig allein arbeiten und nur Ihre persönliche Meinung abgeben.
2. Sie können sich vollkommen darauf verlassen, daß weder Ihre Lehrer noch Ihre Mitschüler erfahren, welche Meinungen Sie geäußert haben. Wir sind selbst alle einmal

Schüler gewesen und wissen daher, daß das ein besonders wichtiger Punkt ist.

Zunächst möchten wir Sie bitten, sich noch einmal mit dem Thema: "Beurteilung von Schriften" zu befassen. Lesen Sie die gegebenen Ausführungen bitte sehr konzentriert und gewissenhaft durch.

Graphologische Untersuchungen

Gegenstand graphologischer Studien ist die Schrift. Dabei geht man von der Überlegung aus, daß Merkmale der Persönlichkeit und des persönlichen Lebens im Schriftbild zutage treten und stets wiederkehren. "Der schreibende Mensch zeichnet unbewußt sein Wesen auf", sagt ein bekannter Graphologe. Die Schriftdeutung spielt im täglichen Leben keine unwichtige Rolle. Jeder von uns beschäftigt sich hin und wieder mit der Schrift eines anderen, wenn er versucht, aus den Schriftzügen Rückschlüsse auf persönliche Eigenschaften und Verhaltensweisen zu ziehen. Es ist auch bekannt, daß vielerorts handschriftliche Bewerbungen verlangt werden. - Während früher bei der Analyse von Schriften mehr die einzelnen Schriftzeichen die Grundlage bildeten, steht heute mehr das Gesamtbild einer Schrift im Mittelpunkt der Untersuchung. Dabei werden in der Regel zwei bis drei Schriftzeilen als ausreichende Basis für eine Analyse angesehen.

Es gibt viele Merkmale, nach denen Schriften beurteilt werden können. Solche Merkmale sind z.B. die Willensstärke, das Geschlecht, die Schichtzugehörigkeit, die Gefühlsbetontheit, das Alter. Häufig geschieht es, daß man von der Schrift auf die Intelligenz des Schreibers

schließt. In solchen Fällen bemüht man sich, Zeichen des Verstandes im Schriftbild zu erkennen. So ermöglichen beispielsweise die Flüssigkeit, Ungelenkheit oder Ausgeschriebenheit der Schriftzeichen diesbezüglich eine leichte Zuordnung, nämlich in der Weise, daß von diesen Eigentümlichkeiten auf die Intelligenz des Schreibers geschlossen werden kann. Man betrachtet die jeweiligen Zusammenhänge aller Zeichen und Symbole, um etwas über das geistige Niveau der Persönlichkeit zu erfahren, denn der Intelligenzgrad eines Menschen gehört zu den Eigenschaften, die geeignet sind, sich in den Schriftzügen niederzuschlagen. Eine linear wirkende Schrift z.B., bei der Schleifen mehr oder weniger ganz fortfallen, weist auf die Nüchternheit und Verstandesschärfe des Schreibers hin. Auch die im Gesamtbild der Schrift zutage tretende Einheitlichkeit und Konzentriertheit lassen Urteile über den Intelligenzgrad und die Entwicklung der geistigen Fähigkeiten des Schreibers zu.

Diese Ausführungen sollen anhand des folgenden Beispiels illustriert werden: Wir beziehen uns dabei auf die Ergebnisse einer Untersuchung, bei der dieselben Schriftproben, die Sie in der vergangenen Woche beurteilt haben, nach dem vermuteten Intelligenzgrad des Schreibers eingeordnet wurden. Es handelt sich hierbei um die Schriften von Leuten mit einem tatsächlich sehr unterschiedlichen Intelligenzniveau. Diese Untersuchung erbrachte sehr übereinstimmende Ergebnisse in der Beurteilung der Schriften, die z.T. stark von Ihrer Einschätzung in der vergangenen Woche abweichen. Die stärkste Abweichung zeigte sich in folgendem Punkt: Die Schrift , die von Ihnen auf den Platz, also in die höchste Einstufungsmöglichkeit eingesetzt wurde, ist aufgrund ihrer charakteristischen Merkmale als die Schrift eines weniger intelligenten Individuums bezeichnet worden. Die Mehrzahl setzte diese Schrift auf den Platz. Die von Ihnen auf Platz eingeordnete Schrift ist somit wesentlich niedriger eingestuft worden.

Die von Ihnen in der vergangenen Woche vorgenommene erste Einordnung hatte lediglich den Zweck, Sie mit den Schriftproben und der Technik der Einstufung vertraut zu machen. Wir bitten Sie nun, Ihre Entscheidung auf der Grundlage der gemachten Ausführungen über Graphologie und des gegebenen Beispiels noch einmal zu überdenken. Da Sie jetzt mit der Technik der Einstufung vertraut sind, sollten Sie noch einmal sorgfältig die auf den beiden nächsten Seiten abgebildeten Schriften nach dem genannten Kriterium in das Ihnen bekannte Schema auf dieser Seite einordnen.

Schrift

Intelligenzgrad

1	2	3	4	5	6	7	8	9

Wir bitten Sie, dieses Schema vollständig auszufüllen, also jeder Zahl eine Schrift, d.h. den entsprechenden Buchstaben, zuzuordnen, weil andernfalls Ihre Angaben für unsere Untersuchung völlig wertlos sind.

- + Es folgte jetzt der erneute Abdruck der Schriftproben, die hier auf den Seiten XVII und XVIII abgebildet sind. Um die Reliabilität des verwendeten Instruments zur Messung der Selbsteinschätzung bestimmen zu können, wurden die 19 am stärksten diskriminierenden Items des Instruments mit nachstehender kurzer Einführung wiederum zur Stellungnahme vorgelegt.

Im folgenden ist wieder eine Reihe von Behauptungen aufgeführt, welche Ihnen bereits bekannt sind. Nehmen Sie bitte noch einmal Stellung dazu. Zu diesem Zweck ist wieder ein aus neun Kategorien bestehendes Antwortsystem vorhanden, dessen linker Punkt mit "trifft für mich genau zu" und dessen rechter Punkt mit "trifft für mich überhaupt nicht zu" gekennzeichnet ist. Nehmen Sie bitte wieder zu

jeder Behauptung der Reihe nach Stellung und kreuzen Sie bitte das Kästchen an, von dem Sie glauben, daß durch dessen Position im Schema Ihre Stellungnahme am besten wiedergegeben wird.

Ich traue mir zu, in der Schülermitverwaltung eine Aufgabe zu übernehmen, die organisatorische Fähigkeiten verlangt.

Ich bin verlegen, wenn es um die Anknüpfung neuer Bekanntschaften geht.

Es verwirrt mich, wenn andere Leute mir bei der Lösung einer kniffligen Aufgabe zusehen.

Ich habe keine Hemmungen, mit Angehörigen des anderen Geschlechts über sexuelle Fragen zu diskutieren.

Ich habe keine Scheu, den Direktor oder einen anderen Lehrer während einer Unterrichtsstunde zu kritisieren.

Ich gehöre zu den Menschen, die es schwer haben, Freunde zu gewinnen.

Ich bin ganz anders als ich eigentlich sein möchte.

Wenn ich mit mir völlig unbekannten Leuten zusammen bin, habe ich immer Schwierigkeiten, ein passendes Gesprächsthema zu finden.

Ich habe noch nie an meinen Fähigkeiten gezweifelt.

Man kann meine Gefühle sehr leicht verletzen.

Es macht mir nichts aus, während einer Unterrichtsstunde vor der Klasse und dem Lehrer zuzugeben, daß ich etwas nicht verstanden habe.

Ich ärgere mich immer sehr, wenn ich mich wegen eines dummen Fehlers blamiert habe.

Es macht mir nichts aus, ohne Partner zu einer Party zu gehen.

Ich habe immer etwas Angst und fürchte mich, wenn ich einen Raum betrete, in dem viele Menschen versammelt sind und mich ansehen.

Es macht mir nichts aus, mich im Kreise meiner Klassenkameraden einem Intelligenztest zu unterziehen, dessen Ergebnis anschließend bekanntgegeben wird.

Ich wäre befangen, wenn ich vor jüngeren Schulkameraden über sexuelle Probleme sprechen müßte.

Es bereitet mir keine Schwierigkeiten, vor meinen Klassenkameraden ein Referat frei vorzutragen.

Auf Parties ärgere ich mich über meine Schüchternheit.

Ich fühle mich nicht unsicher, wenn ich mit Menschen zusammen bin, die zu einer höheren sozialen Schicht gehören als ich selbst.

A sind so habe ich mich gestern endgültig
entschlossen, meine Ferien in diesem
Jahr in der Lüneburger Heide zu
verbringen

B wirklich wunderbar hier. Der Sommer scheint, dass
Esmerald ist gut, und wir sind in einer netten
kleinen Pension untergebracht.

C Weihnachtsferien haben wir uns zum letzten Mal ge-
sehen, und wenn Du mich jetzt hier besuchen
willst, so freut mich das sehr.

D habe ich Herrn Schneidewind bereits
in der letzten Woche gesprochen,
aber keine Gelegenheit gefunden,

E möchte ich Dir zu der bestandenen Prüfung
recht herzlich gratulieren. Jetzt ist die Schafferei
vorbei, und Du kannst Dich doch mindestens vier

Für den Brief vom vergangenen Montag.
Es freut mich, daß es Euch gut geht,
was ich von mir auch sagen kann.

G Zu Ihrem letzten Briefen möchte ich eine flüchtige
Reaktion nehmen: Ich habe 3 Wochstage, komme
zu uns nicht eilen. Unter diesen Umständen

H Hoffentlich gefällt es Dir gut in der
„Stipendiatenreise“. Bei dem herrlichen Wetter
kannst Du sicher draußen spielen. Liebe

I Ich erläutere, warum ich solange nicht von mir
hören ließ. Ich war im Krankenhaus wegen einer
kleinen Operation, und anschließend mußte

LITERATURVERZEICHNIS

Abkürzungen:

Am. J. Sociol.	= American Journal of Sociology
J. Abn. Soc. Psychol.	= Journal of Abnormal and Social Psychology
J. Consult. Psychol.	= Journal of Consulting Psychology
J. Pers.	= Journal of Personality
J. Pers. Soc. Psychol.	= Journal of Personality and Social Psychology
J. Soc. Psychol.	= Journal of Social Psychology
Psychol. Bull.	= Psychological Bulletin
Psychol. Rev.	= Psychological Review
Publ. Op. Quart.	= Public Opinion Quarterly

- Abelson, R. P. Modes of Resolution of Belief Dilemmas, in: Journal of Conflict Resolution, Bd. 3, 1959, S. 343 ff., erneut abgedruckt in: Fishbein, M. (Hrsg.): Readings in Attitude Theory and Measurement, New York 1967
- Abelson, R. P.
Lesser, G. S. The Measurement of Persuasibility in Children, in: Hovland, C. I. und I. L. Janis (Hrsg.): Personality and Persuasibility, New Haven und London 1959
- Albert, H. Theorie und Prognose in den Sozialwissenschaften, in: Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik, Bern 1957
- Albert, H. Probleme der Theoriebildung, in: Albert, H. (Hrsg.): Theorie und Realität, Tübingen 1964

- Aronson, E.
Turner, J. A.
Carlsmith, J. M. Communicator Credibility and
Communication Discrepancy as
Determinants of Opinion Change,
in: J. Abn. Soc. Psychol. 67, 1963,
S. 31 - 36
- Asch, S. E. Effects of Group Pressure upon the
Modification and Distortion of
Judgments, in: Maccoby, E. E.,
T. M. Newcomb und E. L. Hartley (Hrsg.):
Readings in Social Psychology,
New York 1958
- Atkins, L.
Deaux, K. K.
Bieri, J. Latitude of Acceptance and Attitude
Change, in: J. Pers. Soc. Psychol. 6,
1967, S. 47 - 54
- Atkinson, J. W. (Hrsg.) Motives in Fantasy, Action and Society,
Toronto, New York und London 1968
- Berelson, B.
Steiner, G. A. Human Behavior, New York, Chicago und
Burlingame 1964
- Berger, E. The Relation between Expressed
Acceptance of Self and Expressed
Acceptance of Others, in: J. Abn. Soc.
Psychol. 47, 1952, S. 778 - 782
- Bergin, A. E. The Effect of Dissonant Persuasive
Communications upon Changes in a
Self-Referring Attitude, in: J. Pers.
30, 1962, S. 423 - 438
- Berkowitz, L.
Lundy, R. M. Personality Characteristics Related to
Susceptibility to Influence by Peers
or Authority Figures, in: J. Pers. 25,
1957, S. 306 - 316
- Bessler, H. Zur Theoriebildung in der Massenkommuni-
kationsforschung, Dissertation,
Nürnberg 1968
- Bessler, H.
Bledjian, F. Systematik der Massenkommunikations-
forschung, München und Basel 1967
- Blake, R. R.
Mouton, J. S. The Experimental Investigation of
Interpersonal Influence, in: Bidermann,
A. D. und H. Zimmer (Hrsg.): The Mani-
pulation of Human Behavior, New York,
London und Sydney 1961

- Bledjian, F. Ergebnisse und neuere theoretische Ansätze über die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellungen der Rezipienten, Dissertation, Nürnberg 1968
- Bochner, S.
Insko, Ch. A. Communicator Discrepancy, Source Credibility and Opinion Change, in: J. Pers. Soc. Psychol. 4, 1966, S. 614 - 621
- Bramel, D. A Dissonance Theory Approach to Defensive Projection, in: J. Abn. Soc. Psychol. 64, 1962, S. 121 - 129
- Brehm, J. W.
Cohen, A. R. Explorations in Cognitive Dissonance, New York 1962
- Brenger, C. Graphologie und ihre praktische Anwendung, München, o. Jh.
- Brown, R. Models of Attitude Change, in: Brown, R., E. Galanter, E. H. Hess und G. Mandler: New Directions in Psychology I, New York, Chicago, San Francisco, Toronto und London 1962
- Brownfain, J. J. Stability of the Self-Concept as a Dimension of Personality, in: J. Abn. Soc. Psychol. 47, 1952, S. 597 - 606
- Campbell, D. T. The Indirect Assessment of Social Attitudes, in: Psychol. Bull. 47, 1950, S. 31
- Cohen, A. R. Communication Discrepancy and Attitude Change: A Dissonance Theory Approach, in: J. Pers. 27, 1959, S. 386 - 396
- Cohen, A. R. Some Implications of Self-Esteem for Social Influence, in: Hovland, C. I. und I. L. Janis (Hrsg.): Personality and Persuasibility, New Haven und London 1959

- Coopersmith, St. A Method for Determining Types of Self-Esteem, in: J. Abn. Soc. Psychol. 59, 1959, S. 87 - 97
- Coopersmith, St. Relationship between Self-Esteem and Sensory (Perceptual) Constancy, in: J. Abn. Soc. Psychol. 68, 1964, S. 217
- Cronbach, L. J. Correlations between Persons as a Research Tool, in: Mowrer, O. H. (Hrsg.): Psychotherapy: Theory and Research, New York 1953
- Dabbs, J. M. Jr. Self-Esteem, Communicator Characteristics, and Attitude Change, in: J. Abn. Soc. Psychol. 69, 1964, S. 173 - 181
- Davids, A.
 Lawton, M. J. Self-Concept, Mother Concept, and Food Aversions in Emotionally Disturbed and Normal Children, in: J. Abn. Soc. Psychol. 62, 1961, S. 309 - 314
- Decharms, R.
 Rosenbaum, M. E. Status Variables and Matching Behavior, in: J. Pers. 28, 1960, S. 492 - 502
- Dillehey, C. Judgmental Processes in Response to a Persuasive Communication, in: J. Pers. Soc. Psychol. 1, 1965, S. 631 - 641
- Esters, E. A. Soziale Beeinflussung, Dissertation, Köln 1960
- Ewing, T. N. A Study of Certain Factors Involved in Changes of Opinion, in: J. Soc. Psychol. 16, 1942, S. 63 - 88
- Festinger, L. A Theory of Cognitive Dissonance, Evanston 1957
- Festinger, L. Conflict, Decision and Dissonance, Stanford 1964
- Festinger, L.
 Aronson, E. The Arousal and Reduction of Dissonance in Social Contexts, in: Cartwright, D. und A. Zander (Hrsg.): Group Dynamics: Research and Theory, 2. Aufl., Evanston 1960

- Fisher, S.
Lubin, A. Distance as a Determinant of Influence in a Two-Person Serial Interaction Situation, in: J. Abn. Soc. Psychol. 56, 1958, S. 230 - 238
- Fisher, S.
Rubinstein, I.
Freeman, R. W. Intertrial Effects of Immediate Self-Committal in a Continuous Social Influence Situation, in: J. Abn. Soc. Psychol. 52, 1956, S. 200 - 207
- Freedman, J. L. Involvement, Discrepancy, and Attitude Change, in: Backman, C. W. und P. F. Secord (Hrsg.): Problems in Social Psychology, New York, St. Louis, San Francisco, Toronto, London und Sydney 1966
- Frentzel, J. Cognitive Consistency and Positive Self-Concept, in: Polish Sociological Bulletin, Bd. 11, 1965, S. 71 - 86
- Gelfand, D. M. The Influence of Self-Esteem on Rate of Verbal Conditioning and Social Matching Behavior, in: J. Abn. Soc. Psychol. 65, 1962, S. 259 - 265
- GHISELLI, E. E. Theory of Psychological Measurement, New York, San Francisco, Toronto und London 1964
- Goldberg, S. C. Three Situational Determinants of Conformity to Social Norms, in: J. Abn. Soc. Psychol. 49, 1954, S. 325 - 329
- Gollob, H. F.
Dittes, J. E. Effects of Manipulated Self-Esteem on Persuasibility Depending on Threat and Complexity of Communication, in: J. Pers. Soc. Psychol. 2, 1965, S. 195 - 201
- Grzelak, J. Reduction of Cognitive Dissonance and Self-Esteem, in: Polish Sociological Bulletin, Bd. 11, 1965, S. 87 - 97

- Hartley, E. L.
Hartley, R. E. Die Grundlagen der Sozialpsychologie,
Berlin 1955
- Harvey, O. J.
Kelley, H. H.
Shapiro, M. M. Reactions to Unfavorable Evaluations
of the Self Made by Other Persons, in:
J. Pers. 25, 1957, S. 393 - 411
- Heider, F. Social Perception and Phenomenal
Causality, in: Psychol. Rev. 51, 1944,
S. 358 ff.
- Heider, F. The Psychology of Interpersonal
Relations, New York 1958
- Hempel, C. G. Aspects of Scientific Explanation,
New York 1965
- Hilgard, E. R.
Marquis, D. G. Conditioning and Learning, Methuen
und London 1961
- Hovland, C. I. Social Communication, in: Berelson, B.
und M. Janowitz (Hrsg.): Reader in
Public Opinion and Communication,
New York 1950
- Hovland, C. I. (Hrsg.) The Order of Presentation in
Persuasion, New Haven 1957
- Hovland, C. I. Reconciling Conflicting Results
Derived from Experimental and Survey
Studies of Attitude Change, in:
Amer. Psychologist 14, 1959, S. 8 - 17
- Hovland, C. I.
Harvey, O. J.
Sherif, M. Assimilation and Contrast Effects in
Reactions to Communication and
Attitude Change, in: J. Abn. Soc.
Psychol. 55, 1957, S. 244 - 252
- Hovland, C. I.
Janis, I. L. (Hrsg.) Personality and Persuasibility,
New Haven und London 1959
- Hovland, C. I.
Janis, I. L.
Kelley, H. H. Communication and Persuasion,
New Haven 1953
- Hovland, C. I.
Lumsdaine, A. A.
Sheffield, F. D. Experiments on Mass Communication,
Princeton 1949
- Hovland, C. I.
Pritzker, H. A. Extent of Opinion Change as a
Function of Amount of Change Advocated,
in: J. Abn. Soc. Psychol. 54, 1957,
S. 257 - 261

- Insko, C. A.
Murashimer, F.
Saiyadain, M. Communicator Discrepancy, Stimulus Ambiguity, and Influence, in: J. Pers. 34, 1966, S. 262 - 274
- Janis, I. L. Personality Correlates of Susceptibility to Persuasion, in: J. Pers. 22, 1954, S. 504 - 518
- Janis, I. L. Anxiety Indices Related to Susceptibility to Persuasion, in: J. Abn. Soc. Psychol. 51, 1955, S. 663 - 667
- Janis, I. L.
Field, P. B. A Behavioral Assessment of Persuasibility: Consistency of Individual Differences, in: HOVLAND, C. I. und I. L. Janis (Hrsg.): Personality and Persuasibility, New Haven und London 1959
- Janis, I. L.
Field, P. B. Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility, in: Hovland, C. I. und I. L. Janis (Hrsg.): Personality and Persuasibility, New Haven und London 1959
- Janis, I. L.
Hovland, C. I. An Overview of Persuasibility Research, in: Hovland, C. I. und I. L. Janis (Hrsg.): Personality and Persuasibility, New Haven und London 1959
- Janis, I. L.
Rife, D. Persuasibility and Emotional Disorder, in: Hovland, C. I. und I. L. Janis (Hrsg.): Personality and Persuasibility, New Haven und London 1959
- Katz, D. The Functional Approach to the Study of Attitudes, in: Publ. Op. Quart. 24, 1960, S. 163 - 204
- Klapper, J. T. The Effects of Mass Communication, 7. Aufl., New York 1966
- König, R. (Hrsg.) Das Interview, Praktische Sozialforschung I, Köln und Berlin 1965
- Krech, D.
Crutchfield, R. S.
Ballachey, E. L. Individual in Society, New York 1962
- Lawrence, D. H.
Festinger, L. Deterrents and Reinforcement, Stanford 1962

- Leventhal, H.
Perloe, S. I. A Relationship between Self-Esteem and Persuasibility, in: J. Abn. Soc. Psychol. 64, 1962, S. 385 - 388
- Levonian, E. Self-Esteem and Opinion Change, in: J. Pers. Soc. Psychol. 9, 1968, S. 257 - 259
- Lewin, K. A Dynamic Theory of Personality, New York 1935
- Lewin, K. Field Theory in Social Science, New York 1951
- Likert, R. A Technique for the Measurement of Attitudes, Archives Psychology Nr. 140, 1932, S. 1 - 55
- Maletzke, G. Psychologie der Massenkommunikation, Hamburg 1963
- Malewski, A. The Influence of Positive and Negative Self-Evaluation on Postdecisional Dissonance, in: Polish Sociological Bulletin, H 2, 1962, S. 39 - 49
- Malewski, A. Verhalten und Interaktion, Tübingen 1967
- McClelland, D. C. The Achieving Society, Princeton 1961
- McGuire, W. J. Personality and Susceptibility to Social Influence, in: Borgatta, E. F. und W. W. Lambert (Hrsg.): Handbook of Personality Theory and Research, Chicago 1968
- Miyamoto, S. F.
Dornbusch, S. M. A Test of Interactionist Hypothesis of Self-Conception, in: Am. J. Sociol. 61, 1965, S. 399 - 403
- Mowrer, O. H. 'Q-Technique' - Description, History and Critique, in: Mowrer, O. H. (Hrsg.): Psychotherapy: Theory and Research, New York 1953

- Neubauer, W. F. Selbsteinschätzung und Idealeinschätzung junger Arbeiter als Gegenstand sozialpsychologischer Verhaltensforschung, Dissertation, Nürnberg 1967
- Newcomb, T. M. Sozialpsychologie, Meisenheim am Glan 1959
- Nisbett, R. E.
Gordon, A. Self-Esteem and Susceptibility to Social Influence, in: J. Pers. Soc. Psychol. 5, 1967, S. 268 - 276
- Nunnally, J. C. Tests and Measurements, New York, Toronto und London 1959
- Opp, K. D. Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung, in: Psychol. Rundschau 19, 1968, S. 189 - 202
- Opp, K. D. Zur Problematik des Experiments in den Sozialwissenschaften, unveröffentlichtes Manuskript, Nürnberg 1968
- Osgood, Ch. E.
Suci, G. J.
Tannenbaum, P. H. The Measurement of Meaning, Urbana 1957
- Osgood, Ch. E.
Tannenbaum, P. H. The Principle of Congruity and the Prediction of Attitude Change, in: Psychol. Rev. 62, 1955, S. 42 - 55
- Phillips, B. S. Social Research, New York und London 1966
- Phillips, E. L. Attitudes toward Self and Others: A Brief Questionnaire Report, in: J. Consult. Psychol. 15, 1951, S. 79 - 81
- Popper, K. R. Logik der Forschung, 2. Aufl., Tübingen 1966
- Rogers, C. A Theory of Therapy, Personality and Interpersonal Relationship as Developed in the Client-Centered Framework, in: Koch, S. (Hrsg.): Psychology: A Study of Science, New York 1959, S. 184 - 256

- Rogers, C. R.
Dymond, R. F.
(Hrsg.)
Psychotherapy and Personality Change,
Chicago und London 1954
- Rohrer, J.
Sherif, M. (Hrsg.)
Social Psychology at the Crossroads,
New York 1951
- Ronneberger, F.
Die politischen Funktionen der Massen-
kommunikationsmittel, in: Publizistik 9,
1964, S. 291 - 304
- Rosenbaum, M. E.
Franc, D. E.
Opinion Change as a Function of
External Commitment and Amount of
Discrepancy from the Opinion of
Another, in: J. Abn. Soc. Psychol. 61,
1960, S. 15 - 20
- Rosenbaum, M. E.
Stanners, R. F.
Self-Esteem, Manifest Hostility,
and Expression of Hostility, in:
J. Abn. Soc. Psychol. 63, 1961,
S. 646 - 649
- Rosenberg, M. J.
An Analysis of Affective-Cognitive
Consistency, in: Hovland, C. I. und
M. J. Rosenberg (Hrsg.): Attitude
Organization and Change, New Haven 1960
- Rosenberg, M. J.
A Structural Theory of Attitude
Dynamics, in: Publ. Op. Quart. 24, 1960,
S. 319 - 340
- Rosenberg, M. J.
Abelson, R. P.
An Analysis of Cognitive Balancing,
in: Hovland, C. I. und M. J. Rosen-
berg (Hrsg.): Attitude Organization and
Change, New Haven 1960
- Rosenberg, M. J.
Hovland, C. I.
Cognitive, Affective and Behavioral
Components of Attitudes, in:
Hovland, C. I. und M. J. Rosenberg
(Hrsg.): Attitude Organization and
Change, New Haven 1960
- Roth, E.
Einstellung als Determination individuel-
len Verhaltens, Göttingen 1967
- Rühl, M.
Die Zeitungsredaktion als organisiertes
soziales System, Bielefeld 1969
- Ruesch, J.
Bateson, G.
Communication. The Social Matrix of
Psychiatry, New York 1951

- Sarason, S. B.
Mandler, G. Some Correlates of Test Anxiety, in:
J. Abn. Soc. Psychol. 47, 1952,
S. 810 - 817
- Sarbin, T. R.
Rosenberg, B. G. A Method for Obtaining a Quantitative
Estimate of Self, in: J. Pers. Psychol.
42, 1955, S. 71 - 81
- Scheuch, E.K. Skalierungsverfahren in der Sozial-
forschung, in: König, R. (Hrsg.):
Handbuch der empirischen Sozialforschung,
Stuttgart 1967
- Schramm, W. How Communication Works, in: W. Schramm
(Hrsg.): The Process and Effects of
Mass Communication, Urbana 1965
- Secord, P. F.
Jourard, S. M. The Appraisal of Body-Cathexis:
Body-Cathexis and the Self, in:
J. Consult. Psychol. 17, 1953, S. 343-
347
- Selltiz, G.
Jahoda, M.
Deutsch, M.
Cook, St. W. Research Methods in Social Relations,
New York, Chicago, San Francisco
und Toronto 1959
- Shaw, M. E.
Wright, J. M. Scales for the Measurement of
Attitudes, New York, St. Louis,
San Francisco, Toronto, London
und Sydney 1967
- Sherif, M.
Sherif, C. W. An Outline of Social Psychology,
New York, Evanston und London 1956
- Siebel, W. Die Logik des Experiments in den So-
zialwissenschaften, Berlin 1965
- Silverman, I. Differential Effects of Ego-Threat upon
Persuasibility for High and Low Self-
Esteem Subjects, in: J. Abn. Soc.
Psychol. 69, 1964, S. 567 - 572
- Silverman, I. Self-Esteem and Differential
Responsiveness to Success and Failure,
in: J. Abn. Soc. Psychol. 69, 1964,
S. 115 - 119

- Solomon, H. (Hrsg.) Studies in Item Analysis and Prediction, Stanford 1961
- Stephenson, W. The Study of Behavior: Q-Technique and its Methodology, Chicago und London 1953
- Stone, Ph. J. The General Inquirer, Cambridge und London 1966
 Dunphy, D. C.
 Smith, M. S.
 Ogilvie, D. M.
- Stosberg, M. Möglichkeiten der Messung von Einstellungen als theoretisch relevanter Variablen für die Erforschung der Entstehung und Wirkung von Aussagen der Massenmedien, unveröffentlichte Dissertation, Nürnberg 1969
- Stotland, E. Identification, Authoritarian Defensiveness, and Self-Esteem, in: J. Abn. Soc. Psychol. 64, 1962, S. 334 - 342
 Hillmer, M. L. Jr.
- Stotland, E. The Effects of Group Expectations and Self-Esteem on Self-Evaluation, in: J. Abn. Soc. Psychol. 54, 1957, S. 55 - 63
 Thorley, S.
 Thomas, E.
 Cohen, A. R.
 Zander, A.
- Super, D. E. Self Concepts in Vocational Development, in: Super, D. E., R. Starishevsky, N. Matlin und J. P. Jordaan: Career Development: Self-Concept Theory, New York 1963
- Terman, L. M. Psychological Sex Differences, in: Carmichael, L. (Hrsg.): Manual of Child Psychology, New York 1946
 Johnson, W. D.
 Kuznets, G.
 McNemar, O. W.
- Ward, Ch. D. Ego Involvement and the Absolute Judgment of Attitude Statements, in: J. Pers. Soc. Psychol. 2, 1965, S. 202 - 208

- Whittaker, J. O. Cognitive Dissonance and the Effectiveness of Persuasive Communications, in: Publ. Op. Quart. 28, 1964, S. 547 - 555
- Wyer, R. S. Jr. Self-Acceptance, Discrepancy between Parents Perceptions of Their Children and Goal-Seeking Effectiveness, in: J. Pers. Soc. Psychol. 2, 1965, S. 311 - 316
- Wylie, R. C. The Self Concept, Lincoln 1961
- Wylie, R. C. The Present Status of Self-Concept, in: Borgatta, E. F. und W. W. Lambert (Hrsg.): Handbook of Personality Theory and Research, Chicago 1968
- Zetterberg, H. L. Compliant Action, in: Acta Sociologica 2, 1957
- Zimbardo, P. G. Involvement and Communication Discrepancy as Determinants of Opinion Conformity, in: J. Abn. Soc. Psychol. 60, 1960, S. 86 - 94

Lebenslauf

Am 2. Januar 1940 wurde ich als einziges Kind des Fabrikanten Erich Beitzel und seiner Ehefrau Margret, geb. Weier, in Remscheid geboren. Nach vier Volksschuljahren (1946 - 1950) in Remscheid-Hasten trat ich in das Neusprachliche Gymnasium in Wuppertal-Cronenberg ein. Weil es sich bei dieser Schule um ein Progymnasium handelt, wechselte ich 1957 auf das Röntgen-Gymnasium in Remscheid-Lennep über, das ich 1960 mit dem Abitur verließ.

Im Sommersemester 1960 immatrikulierte ich mich an der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät in Münster zum Studium der Betriebswirtschaftslehre. Zum Wintersemester 1960 ging ich an die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät der Universität Köln, um hier nunmehr mit dem Schwerpunkt Volkswirtschaftslehre weiterzustudieren. In Köln legte ich dann 1965 die Diplomprüfung für Volkswirte ab.

Im September 1965 heiratete ich den Diplom-Volkswirt Manfred Stosberg aus Hückeswagen.

Am 1. März 1966 erhielt ich eine Stelle als Forschungsassistentin am Seminar für Soziologie der Universität Erlangen-Nürnberg. Seit Beginn des Jahres 1968 bin ich Mitglied des Sozialwissenschaftlichen Forschungszentrums der Universität.

Nürnberg, im Juli 1969

Offsetdruck-Fotodruck

J. Hogl, 8520 Erlangen Hauptstr. 109, (Nähe Martin-Luther-Platz) Tel. 22990
